



**Università degli Studi di Padova**

**Dipartimento di Scienze Storiche, Geografiche e dell'Antichità**

Corso di Laurea Magistrale in  
Scienze Storiche

**Interni immaginati.  
La casa italiana degli anni  
Cinquanta e Sessanta nelle riviste femminili  
dell'epoca**

Relatore  
Chiar.ma Prof.ssa Carlotta Sorba

Laureando  
Alex Banali  
n° matr.1035604

Anno Accademico 2014 / 2015



A cosa serve una casa se non hai un pianeta

decente in cui metterla?

(H. D. Thoreau)



# Indice

<b>Introduzione</b>	<b>1</b>
<b>1 Capitolo 1</b>	<b>5</b>
1.1 L'Italia del "miracolo economico" . . . . .	5
1.2 Il problema dell'immigrazione . . . . .	8
1.3 Speculazione edilizia e politiche sulla casa nell'Italia del <i>boom</i> . . . . .	15
1.4 Tra sogni di rinnovamento e urbanistiche mancate: gli anni Cinquanta e Sessanta . . . . .	22
1.5 I percorsi di una nuova società dei consumi . . . . .	25
1.6 La scelta della casa in proprietà . . . . .	34
<b>2 Capitolo 2</b>	<b>39</b>
2.1 Un'idea: l'abitazione . . . . .	39
2.2 Verso la dimensione della <i>privacy</i> . . . . .	43
2.3 I valori della casa nel mondo occidentale . . . . .	46
2.4 Significati degli oggetti nella cultura domestica tra artigianato e disegno industriale . . . . .	52
2.5 Casa e famiglia nel dopoguerra italiano . . . . .	57

2.6 Donna consumatrice e modello americano nel dopoguerra . . . . .	61
<b>3 Capitolo 3</b>	<b>71</b>
3.1 Le riviste femminili degli anni Cinquanta e Sessanta . . . . .	71
3.2 Culture dell'abitare nell'Italia del dopoguerra . . . . .	85
3.3 L'avvento degli elettrodomestici . . . . .	96
<b>4 Capitolo 4</b>	<b>111</b>
4.1 Abitare nell'Italia del <i>boom</i> . . . . .	111
4.2 La cucina . . . . .	120
4.3 Il salotto . . . . .	126
4.4 Il soggiorno . . . . .	130
4.5 Il bagno . . . . .	134
4.6 Le camere da letto . . . . .	138
<b>5 Conclusione</b>	<b>143</b>
<b>6 Fonti</b>	<b>147</b>
<b>7 Bibliografia</b>	<b>149</b>

# Introduzione

In questa mia ricerca ho cercato di comprendere come cambia la casa in Italia negli anni Cinquanta e Sessanta. Per fare ciò ho utilizzato come fonti principali le annate di cinque riviste femminili cercando di coprire il più possibile il ventennio preso in esame.

Ho deciso di utilizzare le riviste femminili, anziché periodici di settore, come potevano essere *Domus* o *Casabella*, per la molto più ampia tiratura che queste presentavano e per la loro capacità di non rivolgersi solamente ad un pubblico di addetti ai lavori.

I settimanali analizzati sono stati *Amica*, *Annabella*, *Eva*, *Gioia!* e *Grazia*. Le suddette riviste hanno un bacino di utenza leggermente differenziato: alcune si rivolgono ad un pubblico di livello basso e medio-basso, altre invece a lettrici di livello culturale medio-alto.

La mia analisi si è soffermata sulle rubriche di arredamento presenti all'interno delle riviste. Questo mi ha permesso, seppur limitatamente, di cogliere le più sostanziose differenze editoriali tra i diversi periodici.

Per quanto riguarda le rubriche di arredamento infatti le differenze di impostazione non sono eclatanti, come probabilmente dovevano essere quelle riguardanti l'impostazione generale delle riviste. Certo si notano delle diversità: riviste come *Eva*, rivolta ad un pubblico di livello culturale piuttosto basso,

oppure *Gioia!* tendenzialmente più conservatrice, presentano dei caratteri che guardano molto all'economia domestica, ai consigli pratici sulla casa, presentando un'ideale di donna che possiamo identificare con quello della brava massaia, anche se questo avviene soprattutto per le prime annate prese in esame, in sostanza la prima metà degli anni Cinquanta. Riviste più innovative invece, come ad esempio *Amica*, che nasce già negli anni Sessanta e si presenta fin da subito come settimanale per la donna moderna, con idee più progressiste, si sofferma maggiormente sugli aspetti di modernizzazione della casa, sui nuovi complementi d'arredo e su un modo nuovo di concepire gli interni domestici. A partire dagli anni Sessanta comunque, a differenza del decennio precedente, l'atteggiamento delle riviste in tema di arredamento sembra riuscire abbastanza uniformato verso un'idea di casa moderna, un modello di abitazione che fosse in decisa rottura con le vecchie case italiane. Spazi più ridotti ma più funzionali, locali meglio illuminati e più ariosi sono presentati nei settimanali femminili come i paradigmi da seguire per raggiungere le moderne abitazioni degli altri paesi occidentali.

Fin da subito si nota l'impostazione tipicamente urbana degli interni domestici presi in considerazione. Le immagini che ritroviamo nelle riviste sono quelle delle case dei ceti medi emergenti collocate in un contesto cittadino. Bisogna tenere conto del fatto che le riviste prese in considerazione sono tutte editate a Milano, come del resto la stragrande maggioranza della stampa femminile e di moda dell'epoca. Questo probabilmente implica già una certa distanza tra il modello urbano che le riviste propongono e la realtà rurale di un paese che solo in quegli anni stava iniziando ad invadere prepotentemente le grandi città.

Le riviste si dimostrano quindi in anticipo sui tempi. Ma quanto questo modello di casa moderna attecchirà effettivamente nella cultura abitativa italiana di quegli anni?

Nel mio lavoro ho cercato di verificare o meno la riuscita della propaganda



sull'abitazione che le riviste femminili svolgono in quel periodo. Ho cercato di capire quanto le immagini delle case che trovavo sulla carta stampata potessero collimare con quelle in cui effettivamente abitava la maggior parte degli italiani. Ho voluto vedere se gli intenti di modernizzazione della casa italiana che negli anni Cinquanta e Sessanta vengono portati avanti da ingegneri, urbanisti e *designers* lungimiranti - anche attraverso uno strumento come quello delle riviste femminili - potessero realmente avere successo nell'Italia del *boom*, oppure fossero destinati a restare lettera morta.

Vedremo quindi nelle prossime pagine cosa succede all'abitazione italiana negli anni Cinquanta e Sessanta. Dopo un'introduzione al contesto storico del *boom* economico e delle politiche edilizie di quegli anni, cercheremo di comprendere le differenti culture dell'abitare presenti in quell'epoca nel nostro paese, passando anche attraverso una più ampia definizione dell'abitazione nonché dei ruoli e dei significati che questa assume storicamente. Infine vedremo le innovazioni che riguardano la casa del *boom*, per poi arrivare ad una analisi dell'abitazione, che viene presentata nei periodici presi in esame, anche attraverso le singole stanze.

Con l'aiuto di esempi e testimonianze cercheremo di capire quale davvero fosse la distanza tra le case che vengono presentate nelle riviste femminili degli anni Cinquanta e Sessanta e la realtà abitativa dell'epoca.

Le domande che ci guideranno in queste pagine e alle quali cercheremo di dare una risposta saranno dunque di questo tipo: le immagini che ritroviamo nelle riviste femminili corrispondono alle abitazioni in cui vivevano la maggior parte degli italiani, o queste sono rivolte solamente a un ceto medio in grande espansione durante quegli anni? Le idee di rinnovamento messe in atto da architetti e *designers* illuminati riusciranno a prendere piede nel nostro paese? I nuovi complementi d'arredo, nonché gli elettrodomestici, costruiti con le nuove tecniche della produzione in serie, riusciranno ad entrare nelle case degli italiani?

E se sì in che modo?

In altre parole, quel processo di innovazione a tutto campo riguardante la casa, che in quegli anni partirà dalle fondamenta di nuove abitazioni popolari, fino a raggiungere gli interni domestici delle case italiane, riuscirà a creare, come negli intenti dei suoi promotori, una moderna cultura dell'abitare che porti il nostro paese ad avvicinarsi il più possibile alla situazione abitativa degli altri paesi occidentali?

# Capitolo 1

Gli esseri umani sono male accasati,

questa è la vera e profonda ragione

delle sollevazioni contemporanee

(Le Corbusier)

## 1.1 L'Italia del “miracolo economico”

Il periodo 1950-1970 in Italia è fatto di “anni di novità e di grandi cose”, per citare il titolo di un testo sul *boom* economico<sup>1</sup>. Questo ventennio vede un'enorme crescita del commercio internazionale, ma com'è possibile che l'Italia ne diventi uno dei principali protagonisti? Secondo Paul Ginsborg<sup>2</sup> i principali fattori che portano a questo ruolo di primaria importanza si trovano innanzitutto nella fine del tradizionale protezionismo italiano. Se infatti la fine del fascismo e della sua politica autarchica permettono il rilancio del Paese a livello internazionale

---

<sup>1</sup>GABRIELLI Patrizia, *Anni di novità e di grandi cose: il boom economico fra tradizione e cambiamento*, Il Mulino, Bologna, 2011.

<sup>2</sup>GINSBORG Paul, *Storia d'Italia dal dopoguerra a oggi. Società e politica 1943-1988*, Einaudi, Torino, 1989.

lo stesso non si può dire della Spagna franchista, dove la fine della guerra non comporta una cesura che consenta l'esaurirsi delle politiche protezionistiche, né tanto meno la possibilità per lo stato iberico di uscire dall'isolamento nei confronti dei mercati europei, che lo aveva caratterizzato fin dall'avvento al potere del generalissimo. La fine del protezionismo quindi rivitalizza il sistema produttivo italiano costringendolo a rimodernarsi. In secondo luogo l'industria italiana ha raggiunto un sufficiente livello tecnologico e una diversificazione produttiva che sembrano permetterle di entrare a far parte a pieno titolo del MEC (Mercato Europeo Comune). Terzo punto che mette in evidenza Ginsborg è l'avvento del Piano Marshall, che consente a molte aziende italiane di svilupparsi attraverso l'introduzione di nuovi macchinari nonché grazie all'apporto del *know how* americano. La scoperta di metano e idrocarburi in Val Padana da parte dell'Eni fornisce agli imprenditori italiani un'alternativa al carbone permettendo loro di abbassare i costi di produzione. Rilevante è anche la determinazione di Oscar Sinigaglia, presidente della Finsider, nel tentativo di creare una moderna industria siderurgica attraverso l'Iri. Questi due enti statali hanno perciò un ruolo decisivo nelle origini del «miracolo». Lo Stato italiano quindi non rimane a guardare, ma partecipa attivamente alla crescita del paese durante questo periodo di prosperità, come nella costruzione di infrastrutture, in primo luogo le autostrade. Inoltre il mantenimento della stabilità monetaria e la mancanza di controllo fiscale nel mondo degli affari permette accumulazione di capitale che può essere reinvestito nell'industria<sup>3</sup>. Uno dei grandi vantaggi che l'Italia possiede in questo momento è il basso costo del lavoro, che rende le aziende molto competitive in campo internazionale. Questo è dovuto agli alti livelli di disoccupazione degli anni Cinquanta - per cui la domanda di lavoro supera l'offerta - e al fatto che il sindacato deve ancora riprendersi e riorganizzarsi dopo il conflitto.

---

<sup>3</sup> *Ibidem*, pp. 286-288

La periodizzazione più spesso associata al boom economico è quella 1958-63. Tuttavia, sostiene Silvio Lanaro, in questo periodo non si potrebbe parlare di un vero e proprio *boom* ma di una accelerazione, anche se forte, di un processo che aveva già cominciato a manifestarsi all'inizio degli anni Cinquanta. In ogni caso gli effetti di quanto accade negli anni 1958-63 si protrarranno almeno fino al 1970<sup>4</sup>. Ma andiamo a vedere nel particolare i dati del “miracolo economico”.

Dal 1951 al 1958 l'economia italiana sembra crescere quasi esclusivamente grazie alla domanda interna, in particolar modo nel campo dell'edilizia, dei lavori pubblici e nell'agricoltura, presentando un incremento annuo del prodotto interno lordo pari al 5,5%. Nel quinquennio 1958-63 qualcosa cambia in modo decisivo: il Pil sale al record storico del 6,3%; questa volta però non è più la domanda interna a spingere lo sviluppo industriale, bensì l'esportazione. La crescita dell'industria metalmeccanica e petrolchimica, nonché gli effetti del Mercato comune portano l'Italia ad esportare in gran quantità beni di consumo verso paesi maggiormente industrializzati e con un reddito *pro capite* più elevato. Si tratta soprattutto di frigoriferi, lavatrici, automobili, televisori e materie plastiche<sup>5</sup>. Nel decennio 1954-1964 il reddito *pro capite* passa da 350.000 a 571.000 lire. Gli occupati in agricoltura calano dal 40% al 25% degli attivi, nell'industria si passa dal 32% al 40%, mentre nei servizi dal 28% al 35%. La produttività industriale aumenta dell'84%. La produzione italiana del 1962 rappresenta più del 12% di quella europea. Fra 1959 e 1963 la produzione di automobili quintuplica (da 148.000 a 760.000 unità)<sup>6</sup>. Se nel 1951 l'Italia produceva 18.500 frigoriferi, nel 1967 arriva a produrne 3.200.000 diventando il terzo produttore mondiale dopo Stati Uniti e Giappone. Al contempo si conferma come il primo produttore europeo anche di lavatrici e lavastoviglie<sup>7</sup>. All'inizio del dopoguerra,

---

<sup>4</sup>LANARO Silvio, *Storia dell'Italia repubblicana*, Marsilio, Venezia, 1992.

<sup>5</sup>Ginsborg, *Storia d'Italia dal dopoguerra a oggi*, cit., pp. 289-290.

<sup>6</sup>CRAINZ Guido, *Il paese mancato. Dal miracolo economico agli anni ottanta*, Donzelli, Roma, 2003, p. 87.

<sup>7</sup>Ginsborg, *Storia d'Italia dal dopoguerra a oggi*, cit., p. 290.

quasi tutti quelli che diventeranno i grandi marchi di elettrodomestici italiani possiedono caratteri prettamente artigianali, ma negli anni Cinquanta, queste aziende presentano incredibili tassi di sviluppo. Questo succede grazie alla grande capacità imprenditoriale di nuove figure che faranno la storia dell'industria italiana, all'adozione di nuove tecnologie, al continuo reinvestimento nell'azienda stessa e allo sfruttamento del basso costo del lavoro, dovuto alla mancanza di una solida organizzazione sindacale e al fatto che spesso queste nuove industrie sorgono lontano dalle grandi città e nelle cosiddette regioni "bianche"<sup>8</sup>.

## 1.2 Il problema dell'immigrazione

Durante gli anni Cinquanta si passa da una società prevalentemente rurale e tradizionale ad una industrializzata e urbana. Nella sua inchiesta sugli immigrati, Danilo Montaldi ci ricorda, a proposito della Milano del *boom*, quella Milano che si candida a capitale finanziaria europea, che «il lavoratore industriale che arriva al mattino in Città dal Bergamasco tra viaggio e lavoro spende dalle 15 alle 18 ore quotidiane» e che «non diversamente dal tessitore del 1830, l'operaio che abita a Codogno si alza alle 4 e mezzo del mattino»<sup>9</sup>.

«Il "miracolo" accrebbe in modo drammatico il già serio squilibrio tra Nord e Sud. [Esso] fu un fenomeno essenzialmente settentrionale, e la parte più attiva della popolazione meridionale non ci mise molto ad accorgersene»<sup>10</sup>. Quando l'immigrato ha risparmiato abbastanza denaro si fa raggiungere dalla famiglia, e subito inizia il dramma della ricerca di una casa in cui sistemarsi. Le città del Nord sono assolutamente impreparate a sopportare un'affluenza tanto massiccia, costringendo gli immigrati a vivere in condizioni estremamente precarie<sup>11</sup>.

---

<sup>8</sup> *Ibidem*

<sup>9</sup> ALASIA Franco, MONTALDI Danilo, *Milano, Corea. Inchiesta sugli immigrati*, Donzelli, Roma, 2010, p. 11.

<sup>10</sup> Ginsborg, *Storia d'Italia dal dopoguerra a oggi*, cit., p. 292.

<sup>11</sup> *Ibidem*, p. 304.

Il piano per l'edilizia popolare, varato dal ministro del Lavoro Amintore Fanfani nel 1949, non poteva sospettare un afflusso così consistente dal Sud al Nord e verso la capitale, a partire dal decennio successivo. Fra 1951 e 1961 il fenomeno della coabitazione è ancora rilevante. Se infatti il rapporto tra famiglie e numero di abitazioni occupate è tutto sommato stabile (da 1,10 a 1,05) quello degli occupanti per abitazione, anche se ridottosi (da 4,42 a 3,88) non dimostra un sensibile miglioramento delle condizioni abitative<sup>12</sup>. Sono Roma e le città settentrionali ad assorbire la quasi totalità dell'immigrazione. Torino in particolare passa, tra 1951 e 1967, da 719.300 abitanti a 1.124.714, diventando la "terza città meridionale" d'Italia dopo Napoli e Palermo<sup>13</sup>. A Milano, gli immigrati preferiscono risiedere nei comuni dell'*hinterland* piuttosto che in Città, sia per il minor costo dell'affitto che per il continuo decentramento operato dalle aziende milanesi<sup>14</sup>. L'espansione dell'area metropolitana è l'aspetto quindi più vistoso degli esiti dell'immigrazione nel capoluogo lombardo. Sono paesi di poche migliaia di abitanti che crescono in modo esponenziale fondendosi fino a creare un'unica cinta intorno alla città. I pendolari spesso lambiscono solo il capoluogo grazie ad un sistema di trasporti che evita l'attraversamento obbligato della città. A Torino si presenta una situazione ben diversa perché l'amministrazione della città non può prescindere dalle strategie della FIAT che nel 1961 raggiunge i 100.000 dipendenti (quasi un torinese su nove). Essendo quasi tutti gli stabilimenti distribuiti nel territorio urbano, gli immigrati si trovano ad essere schiacciati all'interno del centro storico, andando così a formare il rettangolo del "barocco dei poveri", ossia quella situazione di degrado sociale che, all'interno del rettangolo che forma il centro urbano, non risparmia le opere architettoni-

---

<sup>12</sup>CASTRONOVO Valerio, *L'Italia del miracolo economico*, Laterza, Roma-Bari, 2010, p. 124.

<sup>13</sup>SORCINELLI Paolo, *Dalla «Via Gluck» al «Miracolo economico»: uno sguardo sull'Italia che cambia*, in CARDINI Antonio (a cura di), *Il miracolo economico italiano (1958-1963)*, pp. 175-205, Il Mulino, Bologna, 2006, p. 180.

<sup>14</sup>Lanaro, *Storia dell'Italia repubblicana*, cit., p. 260.

che del barocco piemontese. Solo negli anni Sessanta, con la creazione di nuovi impianti, inizia il deflusso verso la periferia<sup>15</sup>.

Roma presenta invece la situazione ancor più peculiare di “metropoli senza area metropolitana”. Alla capitale manca quel territorio semiurbanizzato presente nelle altre grandi città italiane e ciò comporta un confine netto tra l’abitato e i campi circostanti al comune. Investita da grandi ondate migratorie fin dall’Unità, Roma diventa, a causa della mancanza di vincoli urbanistici, il simbolo della speculazione edilizia, con palazzi che crescono in altezza e un territorio urbano che si espande a macchia d’olio<sup>16</sup>. A Milano gli immigrati formano negli anni del “miracolo” delle nuove forme abitative: le “Coree”, chiamate così perché le prime sorgono durante gli anni del conflitto in Asia orientale, o forse per la somiglianza con le immagini che giungevano dalla guerra di Corea. Ma in cosa consistono queste Coree? A Milano l’immigrato va fuori dal centro, verso Nord, Nord-Ovest o Nord-Est, in paesi che siano collegati alla metropoli con rapidi mezzi di trasporto. Avere una casa propria è una vecchia aspirazione contadina e appena trova dei terreni relativamente economici, l’immigrato li acquista con delle cambiali e inizia la costruzione della sua casa da solo o con l’aiuto di un muratore. I prezzi dei terreni in quegli anni salgono rapidamente e l’immigrato inizia a fare speculazione da sé: affitta la cantina a una famiglia di nuovi arrivati e si stabilisce al piano terra. Appena può permetterselo costruisce un primo piano dove si trasferirà per lasciare il piano terra ai vecchi inquilini della cantina per subaffittarla nuovamente: una sorta di ascesa di livello che corrisponde ad una specie di ascesa sociale tra immigrati all’interno della Corea. Secondo Foot i costruttori erano infatti una specie di élite fra gli immigrati, dimostrando il sorgere di una certa gerarchia sociale all’interno di zone apparentemente omogenee da quel punto di vista<sup>17</sup>. Nei paesi limitrofi si chiude un occhio rispetto

---

<sup>15</sup> *Ibidem*, pp. 261-264.

<sup>16</sup> *Ibidem*, p. 265.

<sup>17</sup> FOOT John, *Dentro la città irregolare. Una rivisitazione delle coree milanesi, 1950-2000*,



alla città. Se uno vive in cantina ottiene comunque la residenza, o la licenza di costruirsi una casa a sua volta. Gli edifici sorgono su terreni agricoli ai lati dei paesi dell'*hinterland* milanese come Cinisello Balsamo, Bollate, Cologno Monzese.

Le case riportano i caratteri culturali del luogo di provenienza dell'immigrato: quelle dei veneti presentano tetti spioventi, mentre quelle dei meridionali tetti a terrazza, che certo non vanno incontro alle condizioni climatiche del Nord, ma che permettono un successivo aumento dei piani. Le prime Coree sono disposte in modo irregolare, c'è un forte desiderio di *privacy*, non si vuole condividere la propria situazione con gli altri immigrati anche se tutti sono poi sulla stessa barca. Si evita di avere dirimpettai costruendo le case in maniera tale che porte e finestre non si fronteggino lasciando la famiglia chiusa in un mondo disorganico, isolato e senza servizi, sebbene a poca distanza dal paese. Paese del quale andranno poi a formare le prime disordinate frazioni<sup>18</sup>.

Lanaro sottolinea che «non c'è anima viva che invochi negozi, scuole, chiese, ambulatori, farmacie», sostenendo perciò che «la Corea è poco più di un pagliericcio sociale, perché la “vera” integrazione del forestiero, la sua iniziazione ai riti della modernità, avviene nel cuore della metropoli e non altrove»<sup>19</sup>. In effetti l'immigrato, nonostante viva isolato dal resto della società, presenta un forte desiderio di integrazione che lo porta a cercare di nascondere le sue origini, mimetizzarsi tra l'altra gente improvvisando un'improbabile parlata locale, senza esitare a calunniare gli altri “terroni” o a confermare i pregiudizi nei loro confronti<sup>20</sup>. A decenni di distanza, un abitante delle coree arriverà a dire che «a Pero siamo quasi tutti stranieri»<sup>21</sup>. La ricerca di Alasia e Montaldi sulle

---

“Storia urbana”, n. 108, 2005, p. 153.

<sup>18</sup>Alasia - Montaldi, *Milano, Corea*, cit., pp. 57-60.

<sup>19</sup>Lanaro, *Storia dell'Italia repubblicana*, cit., p. 251.

<sup>20</sup>*Ibidem*.

<sup>21</sup>Francesco Brignoli, intervistato da Ginevra Battistini e Giovanna Gulli nel 2001, riportato in Foot, *Dentro la città irregolare*, cit., p. 139.

Coree milanesi evidenzia «l'impressione di incompletezza, di vuoto che provoca la Corea per la mancanza di un centro storico. Alla nascita di una nuova città non corrisponde infatti un'adeguata coscienza comunitaria, di gruppo o di classe [...] La corea rimane una città ottenuta per esclusione. Ognuno tende a isolarsi; nella Corea si ricreano delle stratificazioni, che, non trovando ragion d'essere su un piano economico, rimangono delle prese di posizione personali o familiari, atteggiamenti di rivalsa e comportamenti che tendono a imitare i costumi in uso nella "vera" società: quella della metropoli. Il mondo che sta *sotto* tenta di organizzarsi come quello che sta *sopra*». Nemmeno la Chiesa può svolgere un ruolo di aggregazione sociale perché «nelle Coree, là dove esiste, essa ha una funzione ricattatoria: è l'ufficio di collocamento, l'anticamera per ottenere "il posto", dove la personalità dell'immigrato viene umiliata dal solo fatto che vi deve far ricorso. È l'Università che manca nelle Coree, ma una Università che insegni l'*abc* a tutto un popolo di adulti e di analfabeti di ritorno»<sup>22</sup>. Ancora Montaldi ci ricorda che «gli immigrati che lavorano in fabbrica non hanno mai mangiato tanto [...] essi dispongono di molte cose [...] eppure, mai come in questa situazione essi si sono sentiti privi di cose vere, più frustrati nei loro desideri»<sup>23</sup>. Nel passaggio da una vita arcaica e rurale ad una moderna e industrializzata, l'immigrato comincia ad accorgersi che «la soddisfazione dei suoi bisogni non deriva più dalla quantità di oggetti di cui può entrare in possesso, ma dal senso che questi possono avere in relazione con la sua persona, con la sua famiglia»<sup>24</sup>.

Dalle interviste di Alasia e Montaldi di fine anni Cinquanta, riporto le testimonianze di due abitanti delle coree milanesi. Vito, 46 anni, di Cavarzere (Venezia) sostiene quanto segue: «Al mio paese ne è venuto via oltre la metà dopo la guerra, e s'è destinata tutta a Milano e Torino, o nel vercellese [...]

<sup>22</sup> Alasia - Montaldi, *Milano, Corea*, cit., pp. 75-76.

<sup>23</sup> *Ibidem*, p. 101.

<sup>24</sup> *Ibidem*.

Prima tappa l'ho fatta a Milano, perché ero deciso ad andare anche a Torino [...] Per dormire dormivo in cantina nelle case in costruzione. L'impresa mi dava il permesso, e per mangiare mi facevo da mangiare con una macchinetta a spirito, così da solo. Due anni da solo ho fatto quella vita lì, e così ho accumulato un po' da comprarmi [...] questo tochetin de tera. Qua ce stava dei paesani. Mi hanno detto: «Vito, vuoi venire anche tu qua?», dico: «Sì, ma la terra». «Eh», m'ha detto, «qua c'è un pezzetto che è in vendita». «E per costruire», ho detto al mio compagno. «Eh», dice, «ci diamo 30.000 lire e facciamo le cambiali per prendere il materiale». Ci ho messo un anno. Quando che ho avuto un po' di materiale, ho cominciato dalle 9, le 10, le 11, alla sera, perché lavoravo al chiaro di luna, e con la lanterna. C'è qua la mia ragazza che me teneva la lanterna. Metteva la lanterna su un palo di legno e mi fava luce, e la casa è andata su a chiaro di luna e di lanterna. [...] Mezzo stipendio lo mandavo a casa, e mezzo vivevo io e compravo il materiale»<sup>25</sup>. Alessandro, 24 anni, di Poggio Reale (Napoli): «Mia moglie quando è venuta su voleva tornare indietro. Andiamo a Milano, eh, lì era la Corea, non Milano. Siamo a otto chilometri da Milano e ci manca tutto laggiù. Lì non c'è una strada, non c'è luce e viviamo come coreani. [...] L'acqua bisogna andare fuori a prenderla, in cortile perché c'è una sola fontana. Gabinetto lo stesso. Siamo in otto famiglie, chi ci ha cinque figli, chi quattro, chi tre, io due, tutti in quel gabinetto in cortile. Alla mattina quando mia moglie deve buttare via il vaso devono vedere tutto. Il bagno non te lo puoi fare, ti tocca andare a pagare [...] Almeno mi hanno dato la luce il padrone, ma c'è gente che hanno la candela in casa. [...] Come si fa a non essere comunisti in queste condizioni? Tutti comunisti perché siamo gente sventurata. Come si fa a credere in Dio? Io credo in Dio ma non il prete. Come, chi va in chiesa? Quello parla di politica, che gli posso rispondere? Lo devo mandà affanculo, e allora in chiesa non ci vado [...] Adesso ci sono andato

---

<sup>25</sup> Alasia - Montaldi, *Milano, Corea*, cit., pp. 176-177.

una volta o due perché ho sentito dire che chi va in chiesa a sentire la messa che lo conoscono, gli danno i soldi per il viaggio per andare a votare. È l'unico mezzo per andare a trovare la famiglia laggiù [...] A chi credono che più o meno può essere democratico, allora lo aiutano, per loro interesse però, perché loro danno i pacchi credendo che ciappano i voti»<sup>26</sup>. Alla luce di ricerche più recenti John Foot critica i principali studi sulle coree, sostenendo che basandosi sull'equazione "corea = estrema povertà = emarginazione", questi impediscono un approfondimento degli aspetti peculiari delle coree come l'importanza dell'autocostruzione, l'ideologia della proprietà e la complessità di questi quartieri<sup>27</sup>. Secondo Foot le coree in principio sorgono in modo disordinato e non sempre aggregato, vista anche la presenza di case sparse; durante il periodo di "sviluppo rapido" delle coree viene meno l'isolamento iniziale, perché cominciano a nascere le prime strade e la corea inizia ad assumere una certa forma, inoltre micro o macrogruppi regionali si raccolgono in determinate zone della corea. È a questo punto che i comuni cominciano a realizzare le prime infrastrutture e a dare i nomi alle strade<sup>28</sup>. Inoltre sostiene che la costruzione delle coree favorisca lo sviluppo di tutta una rete di imprenditori, speculatori e tecnici, ma anche di intermediari con le autorità comunali, che spesso approvano i progetti con un semplice timbro, senza alcuna verifica sul cantiere, non solo per il gran numero di richieste ricevute ma anche per clientelismo o corruzione<sup>29</sup>. Molti immigrati scelgono di vivere nelle coree piuttosto che in città perché queste ricordano loro una maggiore vicinanza ai luoghi d'origine. L'atteggiamento degli abitanti tuttavia non è solo di chiusura. Spesso si creavano delle reti sociali e dei rapporti di solidarietà. La prima e spesso unica istituzione presente nelle coree sarà la Chiesa Cattolica. Questa non va vista come una presenza esclusivamente con-

---

<sup>26</sup>*Ibidem*, pp. 197-198.

<sup>27</sup>Foot, *Dentro la città irregolare*, cit., p. 141.

<sup>28</sup>*Ibidem*, p. 148.

<sup>29</sup>*Ibidem*, p. 149.

servatrice. L'oratorio era spesso il centro della vita sociale della comunità e il parroco il fulcro della formazione e dell'educazione dei bambini<sup>30</sup>.

### 1.3 Speculazione edilizia e politiche sulla casa nell'Italia del *boom*

«La terra non produce più frutti ma cemento; e ci si occupa della terra non per coltivarla ma per lottizzarla»<sup>31</sup>. Simbolo del “miracolo economico” italiano è senza dubbio la casa, e la speculazione edilizia è uno dei suoi aspetti tristemente famosi. In quella fase molti centri storici vengono stravolti e i sobborghi crescono esponenzialmente attraverso colate di cemento. Manca la «tutela del territorio negli anni della trasformazione, [...] un progresso che non fosse distruttore di equilibri e assetti ambientali»<sup>32</sup>.

I governi degli anni Cinquanta e Sessanta lasciano in effetti la massima libertà allo sviluppo del settore edilizio. Agli enti locali non vengono date le risorse per creare piani regolatori e farli rispettare, come prevedeva la legge urbanistica del 1942. Questo permette agli speculatori edili di investire e corrompere impunemente per oltre trent'anni. Oltre all'assenza di piani urbanistici, spesso gli edifici vengono costruiti senza troppa attenzione alle norme edilizie o alle misure di sicurezza. Quello che manca è anche un consistente investimento di denaro pubblico nell'edilizia popolare. Tra il 1946 e il 1963 solo il 16% degli investimenti nel mattone riguarda l'edilizia pubblica. Durante il grande *boom* edilizio del 1953-63 spesso c'è aperta collusione tra autorità municipali e speculatori. Esempio lampante è il cosiddetto “sacco di Roma” dove ai più grandi immobilieri viene permesso di costruire ovunque, dando vita a interi quar-

---

<sup>30</sup>*Ibidem*, p. 154-155.

<sup>31</sup>BOCCA Giorgio, *La scoperta dell'Italia*, Laterza, Bari, 1963, p. 57.

<sup>32</sup>Crainz, *Il paese mancato*, cit., p. 130.

tieri periferici costruiti al risparmio e «assai brutti esteticamente»<sup>33</sup>. In quegli anni Giorgio Bocca scrive che «Roma è la città dove si manifesta per prima e nel modo più clamoroso la grande speculazione edilizia. Per ovvie ragioni. Per cominciare, nella capitale esiste una sola industria che è per l'appunto quella di fabbricare case. [...] I grandi proprietari possiedono il primo strumento della speculazione: la terra. [...] I quartieri già esistenti vengono stipati, fino all'inverosimile, di case sempre più vicine e sempre più alte. Spariscono i giardini, gli spiazzi, i vuoti, le strade tranquille, le villette nascoste fra gli alberi. I parchi cedono alla colata di cemento»<sup>34</sup>.

Perciò «non c'è da stupirsi se nel 1970 una casa su sei, a Roma, fosse abusiva, e che 400 mila persone vivessero in abitazioni che ufficialmente non esistevano»<sup>35</sup>. Paolo Scrivano ci porta come esempio della situazione di massima povertà del Sud Italia nell'immediato dopoguerra il caso estremo dei “sassi” di Matera. Qui, 15.000 persone, quasi la maggioranza della popolazione, abitano case primitive scavate nella roccia. Questa gente vive in condizioni igieniche precarie in stanze che non hanno ventilazione né illuminazione diretta. Persone e animali condividono gli stessi locali<sup>36</sup>.

Nel novembre del 1957 il comune di Roma affida a una squadra di esperti urbanisti il compito di redigere uno schema di piano regolatore per la capitale che prevede un'espansione verso sud-est, lo scarico del traffico delle vie consolari verso un sistema viario incentrato su un semi-anello, una rigorosa conservazione del centro storico e una serie di espropri di pubblica utilità. Gli speculatori, toccati nei loro interessi, protestano a gran voce, e la maggioranza consiliare a guida DC nega l'avvallo del piano per approvarne un altro che prevede l'e-

---

<sup>33</sup>Ginsborg, *Storia d'Italia dal dopoguerra a oggi*, cit., pp. 334-336.

<sup>34</sup>Bocca, *La scoperta dell'Italia*, cit., pp. 57-58.

<sup>35</sup>Ginsborg, *Storia d'Italia dal dopoguerra a oggi*, cit., p. 336.

<sup>36</sup>SCRIVANO Paolo, *Signs of Americanization in Italian Domestic Life: Italy's Postwar Conversion to Consumerism*, “Journal of Contemporary History”, vol. 40, n. 2, Domestic dreamworlds: notions of home in post-1945 Europe (aprile 2005), pp. 318-320.

spansione verso sud-ovest, lasciando un sistema di anelli chiusi attorno al centro storico. Nel 1962 sarà la nuova amministrazione di centro-sinistra a proporre un nuovo piano che cercasse di salvaguardare l'assetto urbanistico della città senza ledere troppo gli interessi dei costruttori ma, anche qui, la sfacciata violazione delle regole lo renderà vano.

Anche Firenze e Napoli vedranno la mancata realizzazione di piani regolatori che avrebbero potuto rendere le grandi città di quegli anni più ordinate e vivibili<sup>37</sup>. A Milano il Piano Regolatore viene approvato nel 1953. Un terzo dell'area appartiene al comune. Dal 1951 al 1955 il valore del terreno triplica ma l'assenza di una politica di edilizia popolare apre le porte ai grandi speculatori<sup>38</sup>. Qui la speculazione «costruisce case solide e strade resistenti per una borghesia ricca. [...] non crea nuove alleanze economiche [perché] chi controlla l'industria e il credito controlla anche la compravendita dei terreni»<sup>39</sup>. Del resto «è l'epoca dei nuovi ricchi che vogliono la casa con il portiere in divisa, l'ingresso marmoreo, gli ascensori dorati»<sup>40</sup>. In un articolo di "Edilizia popolare" del 1954, la rivista dell'associazione nazionale degli IACP (Istituto Autonomo Case Popolari), si legge che «oltre il 22% degli italiani vive in abitazioni improprie o in abitazioni sovraffollate [...] Gli istituti delle case popolari debbono [...] creare "la casa dell'uomo" - la casa destinata all'abitazione, la casa ad un tempo funzionale ed estetica che, in ogni angolo ed in ogni spazio [...] appaia creata per la vita e per il benessere [...] Per questo gli Istituti debbono fare case belle, perché farle belle è pur sempre un modo di farle utili [...] L'operaio, il commerciante, l'artigiano, il piccolo impiegato, rientrando a casa la sera in famiglia, per cercarvi il conforto di un ambiente accogliente [...] dovranno tutti riconoscere agli Istituti il merito di quel conforto tra le pure gioie della famiglia»<sup>41</sup>.

---

<sup>37</sup>Lanaro, *Storia dell'Italia repubblicana*, cit., pp. 267-268.

<sup>38</sup>Alasia - Montaldi, *Milano, Corea*, cit., p. 57.

<sup>39</sup>Bocca, *La scoperta dell'Italia*, cit., p. 66.

<sup>40</sup>*Ibidem*, p. 68.

<sup>41</sup>VIGORELLI Ezio, *La casa dell'uomo*, in "Edilizia popolare", n. 1, novembre 1954, pp.

Una voce fuori dal coro è sicuramente quella di Bologna, dove il sindaco comunista Dozza intraprende un tentativo di seria riforma, grazie soprattutto all'azione dell'urbanista Giuseppe Campos Venuti, assessore del capoluogo emiliano dal 1960 al 1966. E le riforme funzionano. Cresce decisamente il numero di asili e di impianti sportivi<sup>42</sup>. Se tra il 1963 e il 1968 i "Piani di edilizia economica e popolare" a Roma costituiscono il 7,4% dei vani costruiti in totale e a Milano il 15%, a Bologna si arriva quasi al 35%<sup>43</sup>.

Nell'immediato dopoguerra il piano UNRRA-CASAS<sup>44</sup> si occupa di realizzare e finanziare, soprattutto con fondi statunitensi, un programma di edilizia popolare, concentrandosi particolarmente sulla ricostruzione degli edifici e delle aree maggiormente danneggiati dagli eventi bellici<sup>45</sup>. Tuttavia sarà solo con il piano Ina-Casa che si vedrà una decisa progettualità da parte dello Stato italiano nei confronti dell'edilizia popolare. Il 28 febbraio 1949, la legge n. 43 (*Provvedimenti per incrementare l'occupazione operaia, agevolando la costruzione di case per lavoratori*), viene firmata dal Presidente della Repubblica Luigi Einaudi. Il primo aprile prende avvio il piano Ina-Casa, il più grande intervento di edilizia pubblica che l'Italia conosca dall'Unità. La legge prevede un finanziamento misto a cui partecipano lo Stato, i datori di lavoro e i lavoratori dipendenti. Anche questo progetto verrà largamente finanziato dagli Stati Uniti<sup>46</sup>. Il programma Ina-Casa vedrà stanziati 1.000 miliardi fra il 1949 e il 1963, anche se l'erario sborsa soltanto 190 miliardi in 14 anni perché la fetta più grossa, equivalente a 630 miliardi, si ottiene attraverso un prelievo salariale mensile di tutti i lavora-

---

17-18, riportato in ROCHAT Giorgio, SATERIALE Gaetano, SPANO Lidia (a cura di), *La casa in Italia 1945-1980*, Zanichelli, Bologna, 1980, pp. 62-63.

<sup>42</sup>Crainz, *Il paese mancato*, cit., pp. 76-77.

<sup>43</sup>Ginsborg, *Storia d'Italia dal dopoguerra a oggi*, cit., p. 401.

<sup>44</sup>*United Nations Relief and Rehabilitation Administration-Comitato Amministrativo Soccorsi ai Senzatetto*. La stessa denominazione bilingue stava ad indicare un tentativo di partecipazione tra amministrazione statunitense e italiana al fine di risolvere la gravissima situazione abitativa nell'Italia del dopoguerra.

<sup>45</sup>Scrivano, *Signs of Americanization in Italian Domestic Life*, cit., p. 322.

<sup>46</sup>*Ibidem*, p. 321.



tori dipendenti dell'1,8% (di cui un terzo a carico dei lavoratori e i restanti due terzi gravanti sul datore di lavoro)<sup>47</sup>. L'ente Ina-Casa è costituito da un Comitato di attuazione - organo che emana le norme, distribuisce fondi e incarichi e svolge una vigilanza generale - e dalla Gestione Ina-Casa che provvede agli aspetti architettonici e urbanistici, quelli amministrativi e al controllo degli enti periferici.

Filiberto Guala, ingegnere, già dirigente dell'acquedotto piemontese, è messo a capo del Comitato di attuazione. Arnaldo Foschini, invece, preside della Facoltà di architettura di Roma, è incaricato della Gestione. Foschini avrà un ruolo fondamentale nella rivalutazione della figura professionale dell'architetto. Se per la maggioranza si tratterà di ingegneri, i veri artefici della ricostruzione italiana attraverso il programma Ina-Casa saranno infatti gli architetti<sup>48</sup>. Gio Ponti sostiene che la realizzazione di 1.250.000 alloggi previsti per il primo settennio di attività dell'ente sia difficile attraverso le tecniche tradizionali e suggerisce di introdurre la produzione in serie per quanto riguarda alcuni elementi dell'alloggio (porte, finestre, bagni...). Secondo i suoi calcoli questo permetterebbe di avere un risparmio di 4 miliardi e mezzo, il che significa la possibilità di costruire annualmente 50.000 vani in più. La produzione in serie, per Ponti, non significa fare case tutte uguali, ma migliorare la qualità dell'architettura introducendo vantaggi economici, produttivi, qualitativi, senza tralasciare l'estetica e l'invenzione.<sup>49</sup> Per l'architetto milanese «l'edilizia popolare è un fatto sacrosanto di civiltà, è un dovere sociale [tuttavia] non solo tutti debbono avere la casa, ma tutti debbono avere una casa di moderna civiltà». Allo stesso tempo Ponti sostiene però che non ci si debba fermare alle case operaie o alle

---

<sup>47</sup>Rochat - Sateriale - Spano, *La casa in Italia 1945-1980*, cit., p. 17.

<sup>48</sup>DI BIAGI, *La città pubblica e l'Ina-Casa*, in DI BIAGI Paola (a cura di), *La grande ricostruzione. Il piano INA-Casa e l'Italia degli anni '50*, Donzelli editore, Roma, 2001, pp. 13-14.

<sup>49</sup>NICOLOSO Paolo, *Genealogie del piano Fanfani*, in Di Biagi, *La grande ricostruzione*, cit., p. 51.

case popolari, ma raggiungere «la casa civile, cioè la civiltà delle case per tutti gli uomini in quanto tali e non in quanto differenziati»<sup>50</sup>. Per il cattolico Ponti resta comunque la famiglia il perno della società su cui progettare la nuova edilizia popolare. Essendo la famiglia l'elemento attorno a cui costruire la nuova idea di architettura, la ricostruzione deve partire proprio dalla assegnazione di un alloggio adeguato a ciascun nucleo familiare che, nelle sue intenzioni, deve diventarne proprietario e non semplice affittuario<sup>51</sup>.

Tecnicamente l'Ina-Casa funziona bene. A pieno regime vengono realizzati 2800 alloggi settimanali<sup>52</sup>. Nel 1956 scade il primo settennio del programma, che viene rinnovato per altri 7 anni, rendendolo però meno incisivo dato che ora prevede la costruzione di alloggi a riscatto anche costosi e non solo case popolari da affittare ai lavoratori<sup>53</sup>. I risultati dell'Ina-Casa, conosciuto anche come Piano Fanfani, dal nome del suo promotore, alla fine si possono dire abbastanza positivi. L'obiettivo dell'incremento occupazionale viene raggiunto, visto che dal 1950 al 1962 i cantieri del programma danno un posto di lavoro stabile a 40.000 persone. Anche l'incremento di abitazioni a favore dei ceti sociali più deboli avviene nei termini di 1.920.000 vani pari a 355.000 alloggi costruiti in 14 anni. Nel decennio 1951-61 le abitazioni del piano Fanfani corrispondono al 10% del totale di quelle realizzate<sup>54</sup>. Certo non si tratta di cifre impressionanti, soprattutto se messe a confronto con il fabbisogno abitativo del dopoguerra, o ancor più se affiancate a quelle prodotte da altri paesi europei (nel 1960 gli alloggi costruiti in Italia con finanziamenti pubblici totali o parziali corrispondono al 25% del totale di quelli realizzati; in Germania Federale il 54% e in Francia addirittura il 91%; nel 1968 i dati scendono rispettivamente al

---

<sup>50</sup>PONTI Gio, *Tre opinioni*, in "Edilizia popolare", n. 6, settembre 1955, pp. 8-9, riportato in Rochat - Sateriale - Spano, *La casa in Italia 1945-1980*, cit., pp. 129-130.

<sup>51</sup>Nicoloso, *Genealogie del piano Fanfani*, cit. p. 51.

<sup>52</sup>Di Biagi, *La città pubblica e l'Ina-Casa*, cit., p. 15.

<sup>53</sup>Rochat - Sateriale - Spano, *La casa in Italia 1945-1980*, cit., p. 18.

<sup>54</sup>Di Biagi, *La città pubblica e l'Ina-Casa*, cit., pp. 17-18.

9,2%, 29% e 79,1%<sup>55</sup>) ma sicuramente un passo importante per l'edilizia pubblica italiana. Grazie all'Ina-Casa migliaia di famiglie italiane possono vedere migliorate le loro condizioni abitative. Si evince da un'indagine dell'ente che il 40% dei nuclei famigliari, prima di trasferirsi negli alloggi Ina-Casa, abitava in cantine, grotte, baracche, sottoscala; il 17% con altre famiglie. Inoltre si sa che il 63% degli assegnatari sono immigrati e il 62,2% operai. Avendo poi concesso il riscatto a quasi il 70% degli alloggi, il Piano Fanfani ha decisamente favorito l'accesso alla casa in proprietà per migliaia di famiglie italiane. Il 14 febbraio 1963 con l'approvazione della legge n. 60 (*Liquidazione del patrimonio edilizio della Gestione Ina-Casa e istituzione di un programma decennale di costruzione di alloggi per lavoratori*) termina il secondo settennio di attività. Il 31 marzo l'esperienza Ina-Casa si chiude definitivamente<sup>56</sup>. Per sostituire il Piano Fanfani, in un'ottica di continuità con un progetto di edilizia pubblica, viene creata la GESCAL (Gestione Case Lavoratori), con un compito simile a quello della Gestione Ina-Casa, ma che subito si trasforma in un sistema clientelare e di disfunzione burocratica fino alla sua chiusura negli anni Settanta. Insieme alla GESCAL vengono approvati gli IACP provinciali, più vicini alle realtà locali, anche se nomine e controlli spettavano al governo. Questi enti si ritrovano ad amministrare i pochi fondi concessi dai comuni per la costruzione di case popolari<sup>57</sup>. Il programma Ina-Casa resta il più importante programma di edilizia pubblica visto fino ad allora in Italia.

---

<sup>55</sup>CANIGLIA Costanza, SIGNORELLI Amalia, *L'esperienza del piano Ina-Casa*, in Di Biagi, *La grande ricostruzione*, cit., p. 187.

<sup>56</sup>Di Biagi, *La città pubblica e l'Ina-Casa*, cit., pp. 19-20.

<sup>57</sup>Rochat - Sateriale - Spano, *La casa in Italia 1945-1980*, cit., p. 18

## 1.4 Tra sogni di rinnovamento e urbanistiche mancate: gli anni Cinquanta e Sessanta

L'urbanistica novecentesca, sostenendo l'importanza dei beni pubblici, come strade, scuole, asili, ospedali, e del loro assetto architettonico, nel determinare la forma urbana e territoriale, si dimostra uno degli elementi fondamentali della politica sociale ed economica in Occidente. L'intervento pubblico in questo campo, oltre ad alimentare lo sviluppo stesso di una nuova urbanistica, presenta anche un ruolo fondamentale nella costruzione della città del Novecento<sup>58</sup>. Gli stessi urbanisti vedono nella ricostruzione attraverso l'Ina-Casa la possibilità di dar vita ad una nuova politica di ampio respiro per la pianificazione del Paese. L'orientamento del Piano Ina-Casa va verso un'urbanistica estensiva con maggiori spazi aperti rispetto a una architettura tradizionale fondata sull'isolato chiuso, che si crede porti a un peggioramento delle condizioni generali di vita, materiali e morali. Infatti le direttive degli ideatori del piano prevedono che le nuove opere debbano presentare «composizioni urbanistiche varie, mosse e articolate, tali da creare ambienti accoglienti e riposanti, con vedute in ogni parte diverse e dotate di bella vegetazione, dove ogni edificio abbia la sua distinta fisionomia, ed ogni uomo ritrovi senza fatica la sua casa col sentire riflessa in essa la propria personalità»<sup>59</sup>.

L'idea del piano è quella di creare quartieri promuovendone l'edificazione entro unità urbane, i quartieri residenziali, che devono presentare una struttura policentrica, attraverso un centro principale ed altri secondari che forniscono servizi differenti. Alessandra Muntoni sostiene che con il programma Ina-Casa «l'idea di quartiere non fu più vista come unità-base dell'area metropolitana,

---

<sup>58</sup>Di Biagi, *La città pubblica e l'Ina-Casa*, cit., pp. 5-8.

<sup>59</sup>Piano incremento occupazione operaia. Case per lavoratori, *2 suggerimenti, esempi e norme per la progettazione urbanistica*, Progetti tipo, Roma 1950, pp. 7-8, riportato in Di Biagi, *La città pubblica e l'Ina-Casa*, cit., p. 24.

ma come ricostruzione della “quiete del borgo” ai margini di un mondo urbano sentito come ostile». L’architettura rinasce in periferia, non solo in senso concreto ma anche metaforico, come un rifiuto moralistico della vita di città<sup>60</sup>. Nel 1954 viene istituito l’Ente gestione servizio sociale del piano Ina-Casa che si occupa delle relazioni all’interno dei quartieri, nel tentativo di creare nuove reti sociali tra gli abitanti e una sorta di democrazia dal basso che consista in una autorganizzazione, in una vita collettiva e in una capacità di rivendicazione delle proprie istanze soprattutto nei confronti del progetto Ina-Casa stesso<sup>61</sup>.

Non mancano voci di critica nei confronti della politica edilizia italiana dei tempi. Qualcuno parla di un modello abitativo imposto agli italiani che corrisponde a quello della cultura liberal-cattolica, consistente in «un alloggio condominiale comprato a rate, a metà strada tra la tradizione contadina e il futuro borghese come strutture e arredamento, capace di isolare il nucleo familiare e di dargli un’illusione di sicurezza e calore e una più realistica spinta all’acquisto di televisori ed elettrodomestici»<sup>62</sup>. Altri si soffermano sull’aspetto estetico delle case Fanfani sostenendo che «avevano un’aspetto tanto più sconsolato quanto meno rimediabile grazie ad interventi di fantasia: itterico il colore degliintonaci esterni, in comune i portoncini stretti sollevati su tre gradini di cemento grezzo, subalterni i numeri civici»<sup>63</sup>; oppure sulle cerimonie di inaugurazione dei nuovi stabili, quando «la consegna delle chiavi ai senzatetto fu per molto tempo il pezzo forte dei cinegiornali [...] Si vedevano le famiglie vestite a festa, schierate in attesa del via verso le porticine verniciate del paradiso casalingo; la banda degli ottoni salutava con l’inno nazionale il funzionario governativo»<sup>64</sup>. In ogni caso per moltissime persone l’ottenere per la prima volta una casa vera,

---

<sup>60</sup>MUNTONI Alessandra, *Cultura della casa nell’Italia del dopoguerra*, “Nuova dwf”, n. 19-20, 1982, p. 14.

<sup>61</sup>Caniglia - Signorelli, *L’esperienza del piano Ina-Casa*, cit., pp. 197-198.

<sup>62</sup>Rochat - Sateriale - Spano, *La casa in Italia 1945-1980*, cit., p. 14.

<sup>63</sup>VENÈ Gian Franco, *Vola Colomba. Vita quotidiana degli italiani negli anni del dopoguerra: 1945-1960*, Mondadori, Milano, 1990, p. 98.

<sup>64</sup>*Ibidem*, pp. 98-99.

e che magari in futuro diventerà addirittura di loro proprietà, deve essere una sensazione inimmaginabile, un sentimento che va aldilà di ogni retorica sulla speculazione edilizia e sulla società consumistica.

Pasolini ci racconta la vicenda di Tommaso, un “ragazzo di vita”, che dopo due anni di galera per una rissa, scopre che la sua famiglia ha ottenuto un alloggio Ina-Casa. La prima cosa che fa uscito dal carcere è quella di dirigersi verso l'indirizzo che gli è stato comunicato. Per tutto il tragitto non fa altro che pensare alla sua nuova casa. È eccitatissimo perché «era sempre vissuto, dacché se ne ricordava, dentro una catapecchia di legno marcio, coperta di bandoni e di tela incerata, tra l'immondezza, la fanga, le cagate: e adesso invece, finalmente, abitava nientemeno che in una palazzina, e di lusso, con le pareti belle intonacate, e le scale con delle ringhiere rifinite al bacio. [...] Che notte passò Tommaso! La più bella, si può dire, della sua vita: perché, pure se dormiva, non dormiva proprio, ma era sempre un po' sveglio, e, così, poteva sempre pensare di essere dentro la sua casa, una casa bella, grande e a regola d'arte, come quella dei signori»<sup>65</sup>.

Nel luglio 1962 viene presentata la proposta di legge urbanistica dell'allora ministro dei Lavori pubblici, Fiorentino Sullo. Siamo nei primi anni del centro-sinistra e Sullo è un democristiano riformista. La sua principale proposta è quella di concedere agli enti locali il diritto di esproprio preventivo di tutte le aree fabbricabili previste nei piani regolatori. Gli enti locali avrebbero quindi fornito di servizi queste aree per poi rivenderle ai privati ad un prezzo maggiore ma comunque controllato. La riforma di Sullo è una grande occasione per far cessare la sfrenata speculazione edilizia, ma nella primavera del 1963 l'industria edilizia è in rivolta, i giornali di destra lo accusano di bolscevismo, e per di più mancano meno di tre settimane alle elezioni. Il ministro dei Lavori pubblici chiede di poter

---

<sup>65</sup>PASOLINI Pier Paolo, *Una vita violenta*, Garzanti, Milano, 1975, p. 187, riportato in Rochat - Sateriale - Spano, *La casa in Italia 1945-1980*, cit., pp. 110-111.

parlare in televisione per spiegare agli italiani le sue reali intenzioni ma Aldo Moro, in un articolo su “Il Popolo”, dichiara che la proposta è un’idea personale del ministro da cui la Democrazia Cristiana prende le distanze. Sullo viene così abbandonato dal suo partito, così come le speranze di un piano reale per lo sviluppo urbanistico in Italia<sup>66</sup>.

Secondo Crainz non sono solo le singole riforme a sfumare ma è l’intero modello riformista a perdere fascino. Esso risulta perdente e irrealistico, incapace di trasformare la vecchia politica<sup>67</sup>.

## 1.5 I percorsi di una nuova società dei consumi

Se oggi parliamo di commercio e di consumi come elementi essenziali della nostra società è perché ad un certo punto qualcosa è cambiato. Le radici di queste trasformazioni, nel nostro paese, le possiamo ritrovare proprio in quel periodo di grandi cambiamenti che inizia nei primi anni Cinquanta. Nella seconda metà degli anni Cinquanta aumenta decisamente la domanda industriale e questo provoca stravolgimenti sociali come l’esodo dalle campagne alle città e il conseguente trasferimento di manodopera dal settore agricolo a quello industriale; l’aumento dell’occupazione femminile in ogni settore dell’economia e l’emigrazione dalle regioni del Sud a quelle del Nord. In quel periodo si crea un vero e proprio modello economico e sociale mutuato da esperienze estere, e da quella statunitense in particolar modo. Adesso i redditi non vengono più indirizzati al risparmio o all’investimento, ma al consumo. Molti studi ci dicono che però l’impatto dell’americanizzazione è stato largamente sopravvalutato. Le resistenze all’americanismo sono fondamentali nel far prevalere le differenze tra Stati Uniti ed Europa. Nonostante la politica statunitense del Piano Marshall indichi

---

<sup>66</sup>Ginsborg, *Storia d’Italia dal dopoguerra a oggi*, cit., pp. 368-369.

<sup>67</sup>Crainz, *Il paese mancato*, cit., p. 30.

un chiaro percorso di crescita industriale e di consumo, elementi nazionali ed europei risaltano nella costruzione di un modello di sviluppo specifico del vecchio continente<sup>68</sup>. Ancora all'inizio degli anni Cinquanta, l'idea di Italia che gli americani si sono fatti è quella di un paese che resta ancorato a una sua romanticità preindustriale, visione condivisa da molti osservatori stranieri. Infatti, mentre l'Italia è considerato un potenziale buon mercato per il consumo, non le viene ancora concesso lo status di matura società consumatrice<sup>69</sup>.

Dopo l'enunciazione della Dottrina Truman del 1947, gli Stati Uniti si impegneranno tuttavia a fornire all'Italia, e all'Europa Occidentale più in generale, i mezzi culturali, politici e soprattutto economici per farla rientrare a pieno diritto nella società consumistica, così da allontanare lo spauracchio del comunismo in cambio dell'offerta di un benessere mai visto prima. Un tipo di benessere che può arrivare solo dall'altro lato dell'Atlantico e non certo dall'Europa Orientale. Attraverso il Piano Marshall la politica statunitense è quella di sostituire il sistema europeo delle sovranità nazionali con un ordine economico unitario, combinando il modello federalista con le politiche del New Deal. L'obiettivo è quindi quello di creare una comunità europea prospera, protetta dai pericoli della sovversione comunista e in grado di unirsi agli Stati Uniti in un sistema multilaterale di commercio. Perché se l'Europa ha bisogno dell'aiuto statunitense, gli americani necessitavano di un appoggio degli alleati tanto in campo politico, quanto in quello economico<sup>70</sup>. Se inizialmente l'Italia si presenta riluttante nel seguire i modelli americani, presto dimostrerà una buona capacità di assimilazione e di rielaborazione dei messaggi che arrivano da Oltreoceano.

Scrivano sostiene che il mito americano sembra essere utilizzato esplicitamen-

---

<sup>68</sup>ROMERO Federico, *Il «mito» americano tra modelli di crescita economica e strategie politiche*, in ROMERO Federico, *Discussioni. Americanizzazione e modernizzazione nell'Europa postbellica*, "Passato e presente", n. 23, 1990, pp. 22-24.

<sup>69</sup>Scrivano, *Signs of Americanization in Italian Domestic Life*, cit., p. 326.

<sup>70</sup>HOGAN Michael J., *Il piano Marshall: l'America fatta all'europea*, in ROMERO Federico, *Discussioni. Americanizzazione e modernizzazione nell'Europa postbellica*, cit., pp. 27-36.



te in opposizione al mito delle masse ereditato dal regime fascista. Una società di massa cerca in sostanza di essere trasformata in una società individualista. Lo studioso ci porta l'esempio di una serie di manifesti pubblicitari creati per il lancio della Fiat 500, che presentano una impressionante somiglianza con il dipinto "Quarto Stato" di Giuseppe Pellizza da Volpedo (1901), simbolo del movimento socialista italiano. La differenza tra le due immagini sta nel fatto che la massa di lavoratori non sta marciando in direzione della promessa egualitaria del socialismo, bensì verso l'individualismo di una società del consumo, interpretato in questo caso dall'auto manifesto del "miracolo". Allo stesso tempo questo confronto dimostra anche come la propaganda anti-comunista dell'epoca utilizzi, nella sua retorica, una difesa della cultura italiana contro i potenziali pericoli dovuti a stili di vita collettiva standardizzati<sup>71</sup>.

Secondo Emanuela Scarpellini «molti italiani accettarono di fatto l'americanizzazione (musica, cinema, consumi, ecc...) sul piano sociale, come consumatori, ma la rifiutarono con decisione come politici ed elettori, e quindi sul piano politico». Questo avviene perché sia il partito comunista, per ragioni ideologiche (antiamericane), sia la Democrazia Cristiana, per motivi corporativi (la difesa dei commercianti), osteggiano la società dei consumi, soprattutto riguardo la diffusione dei supermercati, per il nuovo rapporto con la merce che impone<sup>72</sup>.

La cultura del consumo comunque non viene mai recepita *in toto*, non si tratta di una semplice importazione, ma più che altro di un graduale innesto su forme tradizionali già presenti nel nostro paese, che andavano però risvegliate. Nella società italiana le pratiche di consumo si vedono già alla fine del XIX secolo e molti dei prodotti culturali commerciali popolari sono di produzione

---

<sup>71</sup>Scrivano, *Signs of Americanization in Italian Domestic Life*, cit., pp. 338-339.

<sup>72</sup>SCARPELLINI Emanuela, *Le reazioni alla diffusione dell'American way of life nell'Italia del miracolo economico*, in CRAVERI Piero, QUAGLIARIELLO Gaetano, *L'antiamericanismo in Italia e in Europa nel secondo dopoguerra*, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2004, p. 364, riportato in CARDINI Antonio, *Lo sviluppo della società dei consumi nell'Italia degli anni Sessanta*, in VARNI Angelo, PARISINI Roberto, *Consumi e trasformazioni urbane tra anni Sessanta e Ottanta*, Bononia University Press, Bologna, 2010, p. 22.

nazionale. Quando giungono nuovi modelli, nuove proposte culturali, ad esempio dagli Stati Uniti, queste non vengono prese e fatte proprie dagli italiani senza che venga lasciata perlomeno una traccia di italianità. Ogni incontro culturale viene vissuto in forma sincretica al fine di reinterpretarlo e adattarlo alla società italiana. In sostanza come sostengono Forgacs e Gundle «il consumismo, in Italia, si adattò a costumi e stili di comportamento preesistenti e spesso si presentò in forme che erano familiari e rassicuranti; in altre parole, si fuse con quanto era già presente»<sup>73</sup>.

Alla fine degli anni '50 circa l'84% delle famiglie italiane non possiede alcun elettrodomestico. Bisogna tenere in conto infatti che per far funzionare questi strumenti era necessaria l'energia elettrica, oltre alla disponibilità economica per l'acquisto. E a quei tempi questa era un lusso per la stragrande maggioranza della popolazione, come lo erano l'acqua potabile e il bagno. Questi servizi infatti, nel 1951, sono presenti contemporaneamente solo nel 7,4% delle case italiane, per raggiungere la percentuale del 28,3% nel 1961. Tuttavia in questi anni la domanda di prodotti come televisione, frigorifero e lavatrice cresce esponenzialmente, anche in funzione del ruolo di *status symbol* che essi incorporano. Se nel 1958 televisione e frigorifero erano posseduti rispettivamente dal 12% e dal 13% delle famiglie italiane, nel 1965 arrivano al 49% e al 55%, per raggiungere in pratica la saturazione del mercato nel 1975 con il 92% e il 94% rispettivamente. Un po' più tardiva è la diffusione della lavatrice, che nel 1958 si trova solo nel 3% delle abitazioni italiane e arriverà al 23% nel 1965<sup>74</sup>. La cultura di massa e i media sono «agenti di cambiamento, canali attraverso i quali una società più moderna [prende] forma, [aprono] la “cultura nazionale” alle culture di altri paesi [e portano] a nuove forme di comportamento culturale all'inter-

---

<sup>73</sup>FORGACS David, GUNDLE Stephen, *Cultura di massa e società italiana 1936-1954*, il Mulino, Bologna, 2007, p. 379.

<sup>74</sup>CACIOPPO Maria, *Condizione di vita familiare negli anni cinquanta*, “Memoria”, n.6, 1982, pp. 87-88.

no delle comunità e delle famiglie». Alcuni di questi comportamenti daranno origine a conflitti all'interno delle famiglie o fra una generazione e l'altra, ma saranno anche strumenti che l'individuo può utilizzare per cercare di affermare la propria identità. Ovviamente «questo duplice processo di rafforzamento delle forme nazionali di cultura popolare da un lato e di apertura a influssi stranieri dall'altro non è neutrale rispetto ai valori. I suoi effetti sociali possono essere considerati positivi o negativi [...] Ma il punto è che il processo avviene»<sup>75</sup>.

Quello che cambia con il passaggio da una società rurale ad una industriale è la cultura materiale, ovvero il modo di vivere, la quotidianità, la cultura stessa. «Che senso ha lavarsi i denti, o fare il bagno, o deodorarsi in una società contadina? Ma nelle nuove società ha un senso, perché l'essere sporco, il puzzare, provoca negli altri uomini un moto di ripulsa, perché l'essere sporco e il puzzare sono vissuti come comportamenti aggressivi, come un sottrarsi a dei doveri di convivenza»<sup>76</sup>. Con la fine dell'Italia rurale finisce l'Italia dei non consumatori, perché i contadini non erano consumatori. Ora che si riduce il divario tra città e campagna possono diventarlo<sup>77</sup>. Le nuove forme commerciali come il *self-service* e i supermercati non rappresentano solo un fenomeno economico, ma implicano importanti caratteri culturali e sociali in quanto, influenzando ritmi e modelli di vita, diventano un elemento integrante del concetto di modernità<sup>78</sup>. Nell'Italia del “miracolo” anche i manuali di buone maniere si occupano del consumo domestico. Infatti non è sufficiente possedere i nuovi prodotti del benessere, perché esistono diversi modi di usarli e consumarli, e all'insegnamento di queste nuove “tecniche” sopperiscono proprio i nuovi manuali<sup>79</sup>. Emanuela Scarpelli-

---

<sup>75</sup>Forgacs - Gundle, *Cultura di massa e società italiana 1936-1954*, cit., p. 387.

<sup>76</sup>ALBERONI Francesco, *I consumi come processo di socializzazione anticipatoria*, in VITALE Sergio, *Consumi e società contemporanea*, Sansoni, Firenze, 1975, p. 141, riportato in Cardini, *Lo sviluppo della società dei consumi nell'Italia degli anni Sessanta*, cit., p. 16.

<sup>77</sup>Cardini, *Lo sviluppo della società dei consumi nell'Italia degli anni Sessanta*, cit., pp. 13-14.

<sup>78</sup>SCARPELLINI Emanuela, *Comprare all'americana. Le origini della rivoluzione commerciale in Italia 1945-1971*, Il Mulino, Bologna, 2001, p. 245.

<sup>79</sup>TURNATURI Gabriella, *Signore e signori d'Italia. Una storia delle buone maniere*,

ni sostiene che il consumismo che nasce e prospera negli anni del “miracolo” rappresenti «la via maestra per entrare nella modernità» e che forse oggi, come allora, questo modello di benessere costituisca «l'elemento maggiormente unificante di una popolazione che a stento si riconosceva nella sua tradizione storica e politica»<sup>80</sup>. Forgacs e Gundle, nel loro studio sulla cultura di massa e la società italiana, vedono nella crescita del mercato della cultura commerciale tra gli anni Trenta e Cinquanta le basi per la formazione di quella cultura del consumo che si vedrà esplodere nel nostro paese solo a partire dagli anni del *boom*. Secondo loro i mezzi di comunicazione agiscono sul pubblico per trasformarlo in una “massa” di consumatori, anche se questo non impedisce lo sviluppo della loro individualità o della loro partecipazione attiva. In sostanza «la cultura commerciale risultò vincente perché cosmetici, rotocalchi, musica popolare e sale da ballo fecero perno sull'individualità dei fruitori, spesso consentendo loro di incorporare ed esprimere nuove forme di apparenza e comportamento e di trasformare i loro modelli di intimità e relazioni interpersonali»<sup>81</sup>. I beni di consumo liberano milioni di persone dai bisogni della vita materiale, offrendo loro uno status migliore. Secondo Cardini queste persone si riconoscono sempre più nel ruolo di consumatori e telespettatori «recidendo progressivamente le [proprie] radici ideologiche senza [tuttavia] sviluppare una adeguata cultura politica idonea a digerire la trasformazione ed a tradurla in sistema politico»<sup>82</sup>. Donald Pitkin nel suo “La casa che Giacomo costruì” ci racconta la storia di una famiglia del Sud Italia emigrata nell'Agro Pontino. Nel suo “romanzo antropologico” si possono leggere molti dei passaggi che portano quella gente, la famiglia Patella - caso emblematico in quanto scelto dal ricercatore per la sua analisi, ma sicuramente non eccezionale in quanto esempio di una realtà condivisa da

---

Feltrinelli, Milano, 2011, p. 160.

<sup>80</sup>Scarpellini, *Comprare all'americana*, cit., p.12.

<sup>81</sup>Forgacs - Gundle, *Cultura di massa e società italiana 1936-1954*, cit., p. 378.

<sup>82</sup>Cardini, *Lo sviluppo della società dei consumi nell'Italia degli anni Sessanta*, cit., pp. 25-26.

molti in quell'epoca – dall'estrema miseria alla società del consumo, attraverso rischi, umiliazioni, coraggio, fortuna.

Alcuni estratti di questo lavoro possono aiutarci a rendere l'idea di cosa possa significare il “miracolo economico” per un uomo che è nato in una situazione di povertà estrema, che ha vissuto la guerra, e che si ritrova a partecipare alla ricostruzione. Anche Giacomo con la sua individualità deve contribuire a quel processo collettivo. «Giacomo non si era mai sentito così ricco. Ora voleva comprare una radio. Maria si opponeva all'idea. [...] pensava che non fosse una cosa necessaria [...] ma Giacomo aveva preso la sua decisione. Voleva che i soldi che stava guadagnando gli portassero qualcosa di più che non il cibo nel piatto. [...] La prima cosa che Giacomo faceva quando tornava a casa ogni sera, era accendere la radio per ascoltare il notiziario. [...] Era come se ascoltando la radio si lasciassero alle spalle per un momento tutti i momenti difficili che avevano attraversato»<sup>83</sup>. Siamo negli anni in cui tutto si può comprare a rate e il nostro protagonista non resiste alla tentazione di fare cambiali per ottenere oggetti che fino ad allora aveva solo sognato. Così Giacomo si compra una Vespa «per duecentocinquantamila lire, quindicimila subito e il resto in tre anni di rate. Dovevano ancora finire di pagare la televisione»<sup>84</sup>. Sarà poi la volta della lavatrice e del frigorifero. Con quest'ultimo acquisto Giacomo chiede alla moglie di tenere sempre una bottiglia d'acqua in fresco perché «l'idea dell'acqua ghiacciata [...] gli ricordava quanta strada avevano fatto»<sup>85</sup>. Giacomo, a quell'epoca, voleva quindi che i soldi gli portassero *qualcosa di più che non il cibo nel piatto*. Con questa espressione il protagonista della ricerca di Pitkin interpreta probabilmente il sentimento di moltissimi italiani suoi contemporanei. L'acquisto di beni di consumo può sfociare sì in una continua corsa all'ultimo modello, ma incarna anche un sentire più profondo, il desiderio di riscatto dalla

---

<sup>83</sup>PITKIN Donald S., *La casa che Giacomo costruì*, Dedalo, Bari, 1992, p. 156.

<sup>84</sup>*Ibidem*, p. 191.

<sup>85</sup>*Ibidem*, p. 221.

miseria (Giacomo non vuole dimenticare *quanta strada avevano fatto*), la voglia di potersi permettere quello che una volta era riservato solo a pochi, ma anche l'attestarsi in un nuovo ceto, quella classe sociale fatta di consumatori, di gente alla ricerca della casa in proprietà, del "posto fisso", che si sta formando nell'Italia degli anni Cinquanta e Sessanta.

Il consumismo quindi non implica semplicemente la ricerca di un arricchimento individuale. Si tratta di qualcosa di ben più complesso. I sentimenti di povertà atavica vogliono essere spazzati via dalla ricerca di un benessere che porta con sé promozione sociale. E questo passaggio deve essere testimoniato da simboli di stato ben visibili<sup>86</sup>. Per dirla con Forgacs e Gundle, «il grande punto di forza del consumismo fu che rispondeva a bisogni profondi; confortava e offriva sogni»<sup>87</sup>. Frank Trentmann, dal canto suo, propone agli storici, attraverso i risultati raggiunti negli ultimi anni dalla sociologia e dai *cultural studies*, di cominciare a scrivere una storia del consumo e non del consumismo. Questo perché il consumismo è solo uno dei tanti aspetti attraverso cui il consumo si manifesta nelle società contemporanee. Trentmann sottolinea due problemi in particolare a cui fare attenzione: il primo è il pericolo di scrivere una storia del consumo attraverso un supposto passaggio dal *bisogno* al *desiderio*; il secondo è il rischio di inquadrare l'analisi in termini di espansione globale di una particolare tipologia di consumo occidentale. Gli storici devono inoltre proseguire sulla scia degli studi nazionali riguardo il consumo, ma allo stesso tempo coordinarsi per comprenderne tutti gli aspetti anche a livello internazionale. I concetti di consumo e di consumatore sono infatti cambiati molto rapidamente nel corso del ventesimo secolo e questo con differenti velocità e caratteristiche a seconda delle diverse società<sup>88</sup>. Per Mary Douglas il consumo non è solo «il campo in cui viene

---

<sup>86</sup>Scarpellini, *Comprare all'americana*, cit., pp. 11-12.

<sup>87</sup>Forgacs - Gundle, *Cultura di massa e società italiana 1936-1954*, cit., p. 378.

<sup>88</sup>TRENTMANN Frank, *Beyond consumerism: New historical perspectives on consumption*, "Journal of Contemporary History", vol. 39, n. 3 (luglio 2004), p. 400.

combattuta la battaglia per definire la cultura e darle una forma»<sup>89</sup>, ma è anche un'attività rituale in quanto utilizza i beni per dimostrare una serie di giudizi all'interno dei processi di classificazione di persone e eventi<sup>90</sup>. Il bene non ha un significato in sé. Lo assume solo nel momento in cui entra in relazione con gli altri beni<sup>91</sup>. Per quanto riguarda il valore di un bene, questo è il frutto di una convenzione tra i consumatori<sup>92</sup>. Secondo Lanaro con il "miracolo economico" si passa da una «civiltà del patrimonio» ad una «civiltà del consumo», una società in cui si perde la centralità dei beni immobili da lasciare in eredità, e si viene spinti all'acquisto di beni secondari più o meno durevoli<sup>93</sup>. Enrica Asquer critica invece questo approccio storiografico a lungo dominante che vede il "miracolo" come momento di discontinuità culturale all'insegna del consumismo<sup>94</sup>. Per lei il consumo domestico è una pratica che non si può identificare solo con il semplice acquisto di oggetti e neanche attraverso l'accumulo compulsivo di beni a scopo ostentativo. Sarebbe infatti questa una visione riduttiva dei meccanismi psicologici umani e il tentativo di far passare l'idea che possa esistere una oggettiva distinzione tra beni necessari e beni superflui<sup>95</sup>. La studiosa vuole sottolineare ad esempio come in Italia il "miracolo" e la società dei consumi che si stanno imponendo non sono vissuti da tutti allo stesso modo. Nel nostro paese gli anni del *boom* sono pervasi da «una cultura del consumo governata dalla logica

---

<sup>89</sup>DOUGLAS Mary, ISHERWOOD Baron, *Il mondo delle cose. Oggetti, valori, consumo*, Il Mulino, Bologna, 1984, p. 64.

<sup>90</sup>*Ibidem*, p. 75.

<sup>91</sup>*Ibidem*, p. 80.

<sup>92</sup>*Ibidem*, p. 83.

<sup>93</sup>Lanaro, *Storia dell'Italia repubblicana*, cit., p. 244.

<sup>94</sup>Enrica Asquer vuole superare l'approccio alla società dei consumi, per lungo tempo dominante attraverso la diffusione di opere pionieristiche come quelle di Paul Ginsborg, *Storia d'Italia dal dopoguerra ad oggi. Famiglia, società e Stato*, Einaudi, Torino, 1989; Silvio Lanaro, *Storia dell'Italia repubblicana*, Marsilio, Venezia, 1992; Guido Crainz, *Storia del miracolo italiano. Culture, identità, trasformazioni fra anni Cinquanta e Sessanta*, Donzelli, Roma, 2003. Per questo fa riferimento ad opere che hanno messo in discussione tale orientamento ed in particolare a Frank Trentmann, *Beyond consumerism: New historical perspectives on consumption*, "Journal of Contemporary History", vol. 39, n. 3 (luglio 2004), pp. 373-401.

<sup>95</sup>ASQUER Enrica, *Domesticità italiane: discorsi, conflitti, memorie dagli anni del boom*, in SCARPELLINI Emanuela (a cura di), *I consumi della vita quotidiana*, Il Mulino, Bologna, 2013, p. 84.

normativa ed egemonica del “buon gusto”» e fondamentali in questa logica sono «le differenze fra consumatori in termini di capitale culturale, origini sociali, provenienza geografica, posizione occupazionale e modelli familiari di relazione col mercato del lavoro»<sup>96</sup>. Sono personaggi come il Giacomo di Pitkin quelli che Asquer vede come i primi in grado di costruire una vita quotidiana e domestica nuova, elaborando una specifica cultura materiale che si trova, a volte con difficoltà, in bilico tra comportamenti innovativi di consumo e attaccamento alla tradizione<sup>97</sup>. Se, come tratti dominanti della società italiana del post-miracolo, si vedono un abbandono della cultura del risparmio e della parsimonia, le origini di questi elementi potrebbero essere ritrovate nell’edonismo, nell’individualismo e nel superamento di quella illiceità che il cattolicesimo associava al consumo, allo scopo di un godimento privato e materialistico. In realtà però sembra permanere una certa cultura della parsimonia, una distinzione tra beni necessari e superflui e anche una tesaurizzazione diretta non solo verso i beni immobili ma anche verso oggetti di consumo, elogiati per la loro durevolezza. Ma non si può nemmeno parlare della fine di una «civiltà del patrimonio» perché la principale destinazione dei risparmi delle famiglie post-miracolo è quella rivolta alla conquista della casa in proprietà. Il bene più durevole per eccellenza<sup>98</sup>.

## 1.6 La scelta della casa in proprietà

«Una volta che l’idea di costruire una casa si impadronì dell’immaginazione di Giacomo e Maria, essi non riuscirono a pensare ad altro. Le ultime parole che si scambiavano la notte, e le prime al mattino, riguardavano la costruzione»<sup>99</sup>. La casa è l’elemento più emblematico del “miracolo” economico italiano, uno dei

---

<sup>96</sup> *Ibidem*, p. 85.

<sup>97</sup> *Ibidem*, p. 92.

<sup>98</sup> ASQUER Enrica, *Storia intima dei ceti medi. Una capitale e una periferia nell’Italia del miracolo economico*, Laterza, Roma-Bari, 2011, pp. 55-56.

<sup>99</sup> Pitkin, *La casa che Giacomo costruì*, cit., p. 193.



settori che più ha contribuito allo sviluppo dell'economia di quegli anni, sia in ambito pubblico che privato, e il desiderio della casa in proprietà sarà uno degli aspetti fondamentali della cultura del consumo all'italiana. Per moltissime famiglie di ceto medio i sacrifici per avere una casa propria saranno messi in primo piano e tutti i risparmi disponibili verranno investiti in questo progetto. «La casa come benessere. E gli italiani degli anni sessanta ce l'hanno la casa. Più spaziosa di quella sovietica [...] e più moderna della francese: [...] un grosso successo, naturalmente disputato fra l'iniziativa privata e quella statale. La privata che rivendica tre quarti delle costruzioni e l'indubbio merito di aver tenuto testa alle ondate migratorie fra campagna e città e fra Sud e Nord. Quella pubblica che si vanta di aver dato un alloggio a un milione e mezzo di italiani di modeste condizioni economiche, stabilendo dei criteri di giustizia e di solidarietà sociale»<sup>100</sup>. La casa diventa il tanto agognato rifugio, il luogo dove ci si ritira dopo la giornata di lavoro in società per ricercare una serenità tra le mura domestiche e all'interno della famiglia, un angolo di relax, ma anche un bene durevole, un capitale da poter lasciare in eredità alla prole, un simbolo della sicurezza economica finalmente raggiunta ma anche un simbolo di stato da poter ostentare. L'italiano inizia qui a diventare famoso per essere tra i più decisi in Europa ad investire nell'acquisto della casa tutti i risparmi. È dal mattone che si comincia, per poi entrare a far parte di una più ampia società del consumo, che spazia in tutti i campi del commercio. Per raggiungere questo obiettivo, tra le varie modalità, negli anni Sessanta si sviluppa il modello della cooperativa «a proprietà divisa». Questo sistema prevede la costituzione di una società, cooperativa appunto, che si occupa della condivisione delle spese per l'acquisto dei terreni e per la costruzione degli edifici. Una volta completate le abitazioni, i singoli nuclei famigliari divengono proprietari attraverso il riscatto degli alloggi e, venendo meno il suo scopo di fondazione, la cooperativa si scioglie. Dalle

---

<sup>100</sup>Bocca, *La scoperta dell'Italia*, cit., p. 22.

interviste svolte da Enrica Asquer in un suo lavoro<sup>101</sup>, si evince che il momento dell'attesa della casa nuova occupa un posto centrale nella memoria delle persone interpellate. Infatti trascorrevano degli anni tra la costituzione della cooperativa e la realizzazione delle abitazioni. E questo risulta essere il periodo di maggiore creatività da parte dei futuri inquilini, la fase in cui si immagina la propria casa, in cui si progettano le varie personalizzazioni che gli abitanti metteranno in atto una volta prese in possesso. Sono i momenti in cui la si vede crescere a poco a poco. La casa di proprietà deve «in qualche modo riflettere un modo di essere, o meglio un'auto-percezione, individuale, prima ancora che familiare»<sup>102</sup>. Sempre Asquer ci fa notare che, contrariamente all'immagine di un consumo quasi compulsivo da parte delle famiglie del post-miracolo, la mentalità che prevale è quella di una parsimonia nei consumi, indirizzati soprattutto verso beni durevoli e una continua manutenzione degli oggetti per mantenerli in vita il più a lungo possibile. Questa attitudine sarebbe legata ai precetti fondamentali dell'economia domestica degli anni Trenta-Cinquanta, che ancora contraddistinguono la formazione culturale delle giovani spose degli anni Sessanta<sup>103</sup>. Niente di più lontano quindi dallo stereotipo della società spendacciona impegnata in uno *shopping* sfrenato e irrazionale. A cambiare non sono quindi tanto le modalità di acquisto dei beni quanto la soglia e la sostanza dei bisogni, che iniziano ad includere oggetti fino a poco tempo prima impensabili<sup>104</sup>. Aldo e Maria, due persone intervistate da Enrica Asquer nel suo *Storia intima dei ceti medi*, parlano del «famoso boom economico» come di un'epoca in cui «tutti eravamo signori! Tutti compravano, tutti facevano! [...] compravano qualsiasi cosa! Specialmente arredamento [...] oppure chi poteva, come abbiamo potuto noi, facendo sacrifici, pagando anche mutui tutto quanto, la casa eh! [...] in

---

<sup>101</sup> Asquer, *Domesticità italiane*, cit.

<sup>102</sup> *Ibidem*, p. 97.

<sup>103</sup> *Ibidem*, pp. 100-101.

<sup>104</sup> *Ibidem*, p. 103.

quell'epoca lì, credevamo di essere diventati l'America»<sup>105</sup>. Asquer ci fa notare come l'aggettivo «famoso» più volte ripetuto lasci pensare ad una rielaborazione di quell'epoca, anche attraverso la rappresentazione mediatica, come ad un periodo che oggi viene letto, anche dagli stessi protagonisti, in modo più critico. Un momento in cui si fanno spese sfrenate a suon di cambiali, ma che dalle diverse forme di consumo odierne dimostra una ancor maggiore presa di distanza. Gli oggetti che Asquer ritrova nelle case dei suoi intervistati non sono veri e propri prodotti di consumo, perché questi ninnoli sono fatti per durare, per «cristallizzare nel tempo una passione, un'appartenenza, uno status», esempi della convivenza fra «una critica al consumismo di ieri e di oggi [e] una cultura materiale ricca di dettagli»<sup>106</sup>.

---

<sup>105</sup> Asquer, *Storia intima dei ceti medi*, cit., p. 46.

<sup>106</sup> *Ibidem*, pp. 47-48.



# Capitolo 2

The important thing about housing

is not what it *is* but what it *does*

in the lives of its inhabitants

(C. Ward)

## 2.1 Un'idea: l'abitazione

Molte lingue presentano un ampio numero di termini per definire il concetto di casa. Tuttavia questa non assume lo stesso significato in tutte le culture e molte società non possiedono termini in grado di definire gli aspetti più profondi dell'esperienza abitativa. Con il concetto di abitare inoltre non va intesa soltanto la casa in sé ma anche luoghi come il vicinato, il quartiere o la città<sup>1</sup>.

In italiano non esiste un termine che riesca a definire i molteplici aspetti dell'abitazione. La presenza di due termini nella lingua inglese per indicare il concetto di casa può però aiutarci a comprendere le differenze che esistono tra

---

<sup>1</sup>TOSI Antonio, *Abitazione*, in *Enciclopedia delle scienze sociali*, Istituto dell'Enciclopedia italiana, Roma, 1991, pp. 1.

gli elementi fisici e le funzioni materiali di un'abitazione (*house*) e una realtà più intima e personale, intrisa di significati psicologici e culturali (*home*). Il passaggio da *house* a *home* si ha quando quelle «quattro mura, che agli altri dicono poco o nulla, finiscono per rappresentare il centro di gravità della nostra vita quotidiana, ed anche la nostra collocazione in un certo contesto sociale»<sup>2</sup>.

Nella letteratura sociologica accademica il concetto di *home* viene inteso come entità socio-spaziale, socio-psicologica, spazio emotivo o una combinazione di questi tre elementi. Ciò che accomuna i differenti approcci è il ritenere che la casa non si esaurisca nella costruzione architettonica, *home* non coincide con *house*. *Home* andrebbe quindi inteso come un posto che presenta importanti significati sociali, psicologici ed emotivi per individui e gruppi<sup>3</sup>.

Nel mondo greco e latino la casa è un elemento centrale perché in essa l'uomo crea il suo mondo e la sua religione. La casa isola e difende il focolare in modo tale che i Penati (gli dei protettori della famiglia e della casa) restino inaccessibili agli estranei. L'usanza tuttora presente nella nostra cultura di portare la sposa in braccio attraverso la soglia, indica la permanenza del valore sacro della casa e l'importanza della soglia come confine tra mondo sacro e mondo profano<sup>4</sup>.

Dall'inizio del Quattrocento ci sono diverse tipologie di abitazioni in Europa che dimostrano un concetto di "casa" molto labile. Possiamo trovare infatti case più o meno solide e più o meno stabili. A volte la casa segue letteralmente il suo abitante, come avviene per certi allevatori nomadi dei Carpazi o dei Pirenei<sup>5</sup>.

La grande maggioranza dei nostri valori culturali riguardo l'abitare hanno un'origine recente, che si colloca tra la fine del Medioevo e la rivoluzione

---

<sup>2</sup>BALDINI Massimo, *La casa degli italiani*, Il Mulino, Bologna, 2010, p. 7.

<sup>3</sup>EASTHOPE Hazel, *A place called home*, "Housing, Theory and Society", vol. 31, n. 3, 2004, p.135.

<sup>4</sup>CORIGLIANO Emma, *Tempo spazio identità. No place like home*, Franco Angeli, Milano, 1991, pp. 35-38.

<sup>5</sup>SARTI Raffaella, *Vita di casa. Abitare, mangiare, vestire nell'Europa moderna*, Laterza, Roma-Bari, 2003, pp. 5-6.

industriale, insieme a nuovi concetti, come quelli di “intimità” o *comfort*<sup>6</sup>.

È solo con la società moderna che si definisce un nuovo concetto di abitazione. Nel mondo pre-industriale la casa oltre ad essere abitazione è anche luogo di lavoro e perciò ne presenta tutti gli aspetti. Con l’affermarsi della società capitalistica e del lavoro salariato invece, la casa inizia ad assumere il ruolo esclusivo di abitazione, dove quindi «l’abitare si costituisce come funzione “separata” e valorizzata»<sup>7</sup>. È qui che prende inizio quella separazione funzionale tra sfera riproduttiva e di consumo (interna alla casa) e sfera produttiva (esterna all’abitazione) che caratterizza tutt’oggi il nostro modo di abitare<sup>8</sup>. Sempre in questo periodo si afferma la suddivisione funzionale delle stanze. In età pre-industriale, ma in alcuni casi, fino al secondo dopoguerra, le case europee erano costituite, tra le classi più povere, da una sola stanza nella quale si svolgevano tutte le funzioni abitative e spesso anche lavorative. Uomini e animali sovente condividevano lo stesso locale. Anche nelle case dei ricchi le stanze erano multifunzionali e i mobili dovevano essere pieghevoli e comodi da trasportare in modo da allestire rapidamente il locale per l’attività prescelta.

Raffaella Sarti ci ricorda che già nel Medioevo, in certe case delle *élites* troviamo degli ambienti specializzati, ma sarà solo con la razionalizzazione introdotta dal Rinascimento italiano che la casa inizierà a modificarsi decisamente<sup>9</sup>.

Inizia a sorgere un desiderio di *privacy*, che cerca di essere accontentato attraverso la nascita delle anticamere; con l’aumento del numero delle stanze in modo da destinare ad ognuna una propria funzione (camere per dormire, per ricevere gli ospiti, stanze da parata); con l’aggiunta di locali accessori come gabinetti, studioli e camerini. Sarà proprio grazie a queste innovazioni che prenderà vita l’appartamento privato, tipico dei palazzi rinascimentali. Il problema della

---

<sup>6</sup>Tosi, *Abitazione*, cit., p. 1.

<sup>7</sup>TOSI Antonio, *Abitanti. Le nuove strategie dell’azione abitativa*, Il Mulino, Bologna, 1994, p. 14.

<sup>8</sup>Tosi, *Abitazione*, cit., p. 2.

<sup>9</sup>Sarti, *Vita di casa*, cit., p. 161.

*privacy* è sentito anche per l'assenza di stanze private, e la stessa architettura dell'epoca non favorisce la possibilità di avere molti momenti intimi o di potersi prendere degli attimi di solitudine. Le stanze dei palazzi sono infatti poste *en enfilade*, ossia con porte su ogni lato che possono venire aperte in ogni momento per permettere l'attraversamento da parte degli altri abitanti. Questo avviene a fini estetici e simbolici, in modo ad esempio che tenendo aperte tutte le porte si possa vedere da un estremo all'altro del palazzo e ostentare di fronte agli ospiti dimensioni e sfarzo della propria dimora. Il primo corridoio così come lo intendiamo noi, che consente di percorrere l'intera casa con la possibilità di accedere solo alle stanze desiderate, sembra essere apparso in Inghilterra alla fine del Cinquecento<sup>10</sup>.

Sempre nel tardo Medio Evo e nell'Età Moderna si vede la nascita di molte innovazioni riguardo la casa. Il caminetto a parete laterale, ad esempio, dev'essere stata un'invenzione italiana, veneziana in particolare, sorta tra il XII e il XIII secolo. Questo permette di vivere in un ambiente meno fumoso ma comporta una maggiore dispersione di calore. Per ovviare a questo problema bisognerà aspettare l'invenzione delle stufe, probabilmente originarie delle Alpi meridionali e diffusesi poi anche nell'Europa orientale<sup>11</sup>. Anche la diffusione dei vetri alle finestre contribuisce a un'ulteriore riduzione della dispersione termica. Attraverso queste innovazioni si può cominciare a stare al caldo senza dover più rimanere con tutta la famiglia accalcati presso il camino in un ambiente fumoso, anche se ancora fino al secolo scorso era presente l'usanza, negli ambienti rurali, di passare le serate nella stalla per approfittare del calore generato dal bestiame<sup>12</sup>.

Non bisogna comunque dimenticare che l'introduzione di tutte queste novità, dal camino alle finestre vetrate, dalle sale da pranzo ai corridoi, avvengono

---

<sup>10</sup> *Ibidem*, pp. 176-178.

<sup>11</sup> *Ibidem*, pp. 111-112.

<sup>12</sup> *Ibidem*, pp. 113-114.



attraverso un processo molto lento che vede come primi beneficiari gli esponenti delle classi più abbienti per poi raggiungere la maggioranza della popolazione solo a partire dal XVIII secolo. Innovazioni tecniche e architettoniche, ma anche culturali e sociali quindi, attraverseranno i secoli per arrivare dalle case dei “ricchi” fino a quelle dei “poveri”. Queste trasformazioni risentono del nuovo stile abitativo che esalta la famiglia nucleare e la ricerca dei valori di *privacy*, intimità e familiarità dell’ambiente domestico.

## 2.2 Verso la dimensione della *privacy*

La *privacy* è «una sorta di difesa di uno spazio sociale autonomo nei confronti di uno stato nazione che si occupa globalmente e sempre più intensamente del cittadino». Il concetto di *privacy* nasce infatti con l’affermazione dello stato di diritto, e quell’espansione della società verso l’occupazione degli spazi sovrani e organizzativi dello Stato-nazione<sup>13</sup>.

Anche se il concetto di *privacy* viene generalmente associato ad atteggiamenti di solitudine o chiusura, in realtà serve all’individuo per proteggersi, per diventare inaccessibile alla società in determinati luoghi e momenti. Sfera pubblica e sfera privata assumono così i propri contorni regolamentando la segregazione dei rispettivi tempi e spazi.

Secondo Alberto Gasparini la “sfera privata” è quell’insieme di relazioni sociali in cui l’elemento interpersonale ha la prevalenza e quello spazio in cui l’individuo ha la possibilità di perseguire i propri interessi specifici. All’interno di questa sfera privata esiste un nucleo più ristretto consistente nella *privacy*, la quale indica «lo spazio sociale, relazionale, culturale, fisico riconosciuto all’individuo o al gruppo, perché possa controllare selettivamente l’accesso al sé»<sup>14</sup>.

---

<sup>13</sup>GASPARINI Alberto, *La sociologia degli spazi. Luoghi, città, società*, Carocci, Roma, 2000, p. 96.

<sup>14</sup>*Ibidem*, p. 121.

La casa rispecchia perfettamente la suddivisione tra le due sfere presente in società. Anche in casa ritroviamo infatti un'area dedicata alla socializzazione e un'altra privata, destinata ai soli abitanti. Ad ogni stanza inizia a corrispondere una specifica attività e di conseguenza un particolare arredamento. Tutta la casa è depositaria di significati e anche le singole stanze hanno una funzione simbolica: la cucina ci parla di tradizione, sentirsi uniti, ricordo della famiglia d'origine. Il soggiorno-salotto rappresenta il collegamento con il mondo esterno, l'appartenenza a una comunità. La camera da letto è il luogo del sogno, della elaborazione delle fantasie, dei progetti, del sentirsi se stesso<sup>15</sup>.

La casa comunque rappresenta il luogo per eccellenza del privato che porta impressi i segni di questa «perenne battaglia tra pubblico e privato combattuta a colpi di tende, mura, cancelli, inferriate, porte e finestre»<sup>16</sup>. Questo modello lo ritroviamo anche in uno dei giochi preferiti dai bambini, quando decidono di prendersi uno spazio, recintarlo, «farlo loro», renderlo una «casa», circoscrivendo uno spazio più conoscibile in contrapposizione alla complessità e all'incertezza del mondo esterno<sup>17</sup>.

Penny Sparke, prendendo in considerazione stili ed elementi di arredo dal 1850 ad oggi, giunge alla conclusione che «interni pubblici», intesi come quelli presenti in centri commerciali o sale d'attesa, e interni privati, quelli domestici, si siano sviluppati in una continua interconnessione. I confini tra i due ambiti sono minacciati in continuazione, «gli uni e gli altri, e i valori che essi incarnavano, invadevano continuamente i reciproci territori, portando con sé i linguaggi visivi, materiali e spaziali attraverso cui quei valori si esprimevano»<sup>18</sup>. La studiosa sostiene che sfera pubblica e sfera privata risultino quindi instabili ed è «tale instabilità, piuttosto che la divisione in sé, a definire la modernità e per

---

<sup>15</sup> *Ibidem*, p. 127.

<sup>16</sup> Corigliano, *Tempo spazio identità*, cit., p. 41.

<sup>17</sup> *Ibidem*, pp. 39-40.

<sup>18</sup> SPARKE Penny, *Interni moderni. Spazi pubblici e privati dal 1850 a oggi*, Einaudi, Torino, 2011, p. 7.

estensione gli interni moderni, rispecchiando le identità in perenne mutamento e le esperienze sempre più frammentarie degli abitanti del mondo moderno»<sup>19</sup>.

La “sfera privata” in sostanza non è completamente separata da quella “sfera pubblica” in cui gli individui assumono il loro *status* professionale e sociale, proiettandolo di conseguenza sulla famiglia e sulla abitazione. Dobrowolny Bonnes, che incentra la sua ricerca nell'Italia degli anni Cinquanta e Sessanta<sup>20</sup>, sostiene che esista una iper-valorizzazione della casa e della *privacy* da parte delle classi sociali più basse, quelle che solitamente presentano una minore partecipazione alla gestione della vita pubblica, perché è nella casa che ritrovano quei momenti di relax, tranquillità e svago. Il luogo in cui possono rifugiarsi e isolarsi<sup>21</sup>. Anche secondo Rainwater la classi sociali meno abbienti vedono la casa come riparo e fortezza, mentre quelli della classe media la intendono più come espressione di sé<sup>22</sup>.

Saunders sostiene che il possesso o meno di una casa in proprietà sia la discriminante fondamentale riguardo i significati della casa e il senso di sicurezza. Dalle sue ricerche risulta che i proprietari, rispetto agli affittuari, associno più facilmente le immagini e i ricordi più belli alla loro casa. Alla domanda riguardo il significato della casa, se gli inquilini evidenziano maggiormente un senso di appartenenza al quartiere e un sentimento di amore verso i figli e la famiglia, tra i proprietari risalta l'elemento del possesso personale e di sensazioni di comfort e relax<sup>23</sup>. È ancora Saunders a fare una distinzione tra *privacy*, intesa come possibilità di agire e controllare uno spazio fuori dalla sorveglianza altrui,

---

<sup>19</sup> *Ibidem*.

<sup>20</sup> Per approfondire v. DOBROWOLNY BONNES Mirilia, *L'immagine della casa*, Giuffrè, Milano, 1970.

<sup>21</sup> GASPARINI Alberto, *La casa ideale. Indagine sociologica sul problema dell'abitare umano*, Marsilio, Venezia-Padova, 1975, p. 25.

<sup>22</sup> GASPARINI Alberto, *Abitazione*, in CATTARINUSI Bernardo, DEMARCHI Franco, ELLENA Aldo (a cura di), *Nuovo dizionario di sociologia*, pp. 1-12, Edizioni Paoline, Cinisello Balsamo, 1987, p. 2.

<sup>23</sup> SAUNDERS Peter, *A nation of home owners*, Unwin Hyman, London, 1990. Riportato in MARRONE Vincenzo, *L'abitare come relazione sociale: il significato della casa e i processi di coesione sociale di vicinato*, Tesi di dottorato, Università di Bologna, 2013, p. 105.

e “privatismo”, inteso come ritiro e distacco dalla vita collettiva. Sempre dalle sue indagini si evince che la proprietà della casa, anziché portare ad un atteggiamento di chiusura nei confronti della comunità, si associ, al contrario, ad un maggiore impegno sociale e ad una superiore partecipazione ad attività locali rispetto a chi vive in affitto<sup>24</sup>.

In ogni caso l’abitare non si esaurisce nell’uso dell’alloggio, ma si realizza nelle modalità di vita quotidiana che ciascun individuo mette in pratica, che si tratti dello stabile, del quartiere o della città, dando vita a un sistema in cui sfera pubblica e sfera privata si intrecciano e si alimentano reciprocamente<sup>25</sup>. Perché per dirla con Moholy-Nagy «un’abitazione non dovrebbe essere un rifuggire dallo spazio, ma un vivere nello spazio»<sup>26</sup>.

## 2.3 I valori della casa nel mondo occidentale

In molte culture la forma della casa ha a che fare con le relative concezioni del mondo. Le case malgascie, a pianta rettangolare, ad esempio, non hanno apertura ad est e presentano un orientamento da nord a sud perché corrispondono a determinati criteri astrologici; la casa dogon, in Mali, ha una pianta rotonda perché così fu creato il mondo; la casa araba invece è costituita da una corte quadrata con al centro un giardino e una fontana in modo da simboleggiare un universo chiuso con l’Eden al centro<sup>27</sup>.

Tutt’oggi, anche per noi, la casa è ancora estremamente carica di simbologie, più o meno consce, più o meno evidenti. La soglia di casa ad esempio potrebbe essere vista come luogo liminale, elemento di passaggio da uno stadio ad un

---

<sup>24</sup>SAUNDERS Peter, WILLIAMS Peter, *The constitution of the home: towards a research agenda*, “Housing Studies”, vol. 3, issue 2, 1988, pp. 81-93. Riportato in Marrone, *L’abitare come relazione sociale*, cit., pp. 105-106.

<sup>25</sup>Gasparini, *La sociologia degli spazi*, cit., p. 26.

<sup>26</sup>NORBERG-SCHULZ Christian, *L’abitare. L’insediamento, lo spazio urbano, la casa*, Electa, 1984, p. 103.

<sup>27</sup>Corigliano, *Tempo spazio identità*, cit., n. 2 p. 35.

altro, dal fuori al dentro. E se guardiamo al varco della soglia come a un rito di passaggio non possiamo non vedere degli elementi di purificazione di cui quotidianamente facciamo inconsapevolmente uso. Gli zerbini per pulirsi le scarpe, i portaombrelli e gli appendiabiti, sono tutti elementi che troviamo su questo *limes* che è la soglia. Elementi quotidiani di cui ospiti e inquilini fanno uso per “purificarsi” prima di passare da un mondo ad un altro, dall'esterno all'interno, dal pubblico al privato.

Per Olivier Marc l'architettura è forse «la prima delle espressioni artistiche dell'uomo» e la casa «la più perfetta espressione del Sé»<sup>28</sup>. La casa è il luogo da cui hanno origine tutte le attività umane, è focolare, luogo di crescita e trasformazione della psiche umana<sup>29</sup>. L'identificazione con la propria casa può essere così forte da essere sentita come il simbolo dell'Io, un prolungamento simbolico del proprio corpo ma allo stesso tempo confine e simbolo di distinzione tra sé e gli altri<sup>30</sup>.

Come sottolinea Raffaella Sarti, nel Medioevo e in Età Moderna, le famiglie nobili spesso traevano i loro cognomi da quelli dei loro possedimenti o castelli. Nei Pirenei le case avevano un nome che identificava anche coloro che le abitavano e veniva trasferito alle generazioni successive. In Europa centrale ogni fattoria possedeva un nome che veniva trasmesso agli abitanti. E quando cambiavano abitazione erano loro a cambiare nome e non la casa<sup>31</sup>. Ancora oggi nei Paesi Baschi si può scegliere se portare il nome della propria casa o quello della propria famiglia<sup>32</sup>.

Altri esempi di identificazione tra la casa e il sé si possono ben vedere nelle interviste rilasciate da chi ha subito un furto in casa. Ricorrente è il caso della

---

<sup>28</sup>MARC Olivier, *Psicanalisi della casa. L'architettura interiore dei luoghi domestici*, Red, Como, 1994, p. 17.

<sup>29</sup>*Ibidem*, p. 67.

<sup>30</sup>Corigliano, *Tempo spazio identità*, cit., pp. 46-47.

<sup>31</sup>Sarti, *Vita di casa*, cit., p. 40.

<sup>32</sup>Corigliano, *Tempo spazio identità*, cit., n. 26 p. 47.

identificazione del proprio corpo violato da parte delle donne. Ma ciò che più risalta, oltre all'inevitabile sentimento di violazione della propria *privacy*, è "il disordine" lasciato dal ladro. La modifica della configurazione domestica sembra essere il fattore più traumatizzante in questi casi. Questo può portare a crisi della stabilità interiore attraverso disturbi psicosomatici come incubi e insonnia che contribuiscono alla perdita del proprio senso di sicurezza. Il trauma risulta infatti essere lo stesso anche quando i ladri non riescono a portare via niente o quando la refurtiva viene recuperata<sup>33</sup>.

Il geografo Yi-Fu Tuan ha coniato il termine *topophilia* per indicare "il legame di affetto tra persone e luoghi". Questo sentimento può essere più forte per alcuni individui rispetto ad altri e può essere espresso diversamente da persone di culture differenti. Il sentimento di appartenenza ad un determinato luogo e la sensazione di *comfort* che esso ci provoca, derivano dal fatto che parte di noi stessi è rappresentata da certe qualità incarnate da quel posto<sup>34</sup>.

Per Marc la costruzione della propria casa è l'atto con cui si crea un luogo di pace, di calma e di sicurezza, lontano dal mondo e dalle sue possibili aggressioni, a immagine del ventre materno<sup>35</sup>. Per Bachelard è il nostro angolo di mondo, il «nostro primo universo»<sup>36</sup>. Anche per lui la casa va messa in relazione ai primi anni di vita quando la vede come «una grande culla» e sottolinea che «la vita incomincia bene [perché] incomincia racchiusa, protetta, tutta tiepida nel grembo della casa»<sup>37</sup>. Per il filosofo francese infatti un ruolo fondamentale lo svolge la casa natale, quella che «ha inciso in noi la gerarchia delle diverse funzioni di abitare», quella che farà da matrice per tutte le nostre altre case, il modello su cui costruiremo le nostre abitazioni future. La particolarità che porta con sé la nostra prima casa, oltre i valori positivi di protezione, sono i

---

<sup>33</sup>*Ibidem*, p. 50.

<sup>34</sup>Easthope, *A place called home*, cit., p. 130.

<sup>35</sup>Marc, *Psicanalisi della casa*, cit., p. 23.

<sup>36</sup>BACHELARD Gaston, *La poetica dello spazio*, Dedalo, Bari, 1984

<sup>37</sup>*Ibidem*, p. 35.

«valori di sogno, ultimi valori a rimanere quando la casa non c'è più»<sup>38</sup>.

La casa è custode del nostro tempo biografico in quanto memoria del nostro tempo passato, testimone del nostro essere nel presente e luogo dove immaginiamo e progettiamo il futuro<sup>39</sup>. Ma la nostra casa risulta essere così rassicurante anche per la regolarità con cui il tempo si svolge al suo interno, per la monotonia con cui si scandiscono le fasi della giornata<sup>40</sup>. La regolarità ci dà sicurezza perché permette di prevedere. Il mondo esterno al contrario ci mette sempre in tensione per via della sua scarsa prevedibilità. La casa diventa il luogo della sicurezza quindi non perché ci protegge da qualcosa in particolare ma perché è il luogo del prevedibile.

Bachelard ci parla degli angoli, di quegli spazi ridotti della casa in cui ci piace andare a rannicchiarsi. Per lui l'angolo "vissuto" rifiuta la vita, la nasconde fino a giungere a una negazione dell'Universo. L'angolo «è un rifugio che ci assicura un primo valore dell'essere: l'immobilità». Quando ci rifugiamo in un angolo ci riteniamo ben nascosti da quella «camera immaginaria [che] si costruisce intorno al nostro corpo» perché «l'angolo è la casa dell'essere»<sup>41</sup>.

La casa come rifugio è di fondamentale importanza in quanto non fa dimenticare il mondo esterno ma serve a radunare le memorie di quel mondo per metterle in relazione con il quotidiano. Il ritirarsi quindi non significa isolamento, ma un altro tipo di incontro: quello intimo dell'abitare privato. Se infatti la casa è il luogo in cui si svolge il quotidiano, abbiamo la necessità di abbandonarla perché è fuori dalla casa che l'individuo trova gli scopi della vita, si costruisce il ruolo sociale che gli permette di partecipare alla società esterna. Solo dopo aver svolto il suo compito sociale si ritira nella propria casa per recuperare l'identità personale, contenuto dell'abitare privato<sup>42</sup>.

---

<sup>38</sup> *Ibidem*, pp. 42-44.

<sup>39</sup> Corigliano, *Tempo spazio identità*, cit., p. 56.

<sup>40</sup> *Ibidem*, p. 83.

<sup>41</sup> Bachelard, *La poetica dello spazio*, cit., pp. 159-161.

<sup>42</sup> Norberg-Schulz, *L'abitare*, cit., p. 89.

Attraverso la casa noi raccontiamo a noi stessi e agli altri chi siamo e da dove veniamo, perciò costruire la propria casa diventa un'esperienza decisiva per trasmettere a noi stessi e agli altri il nostro progetto esistenziale<sup>43</sup>. È stato detto che l'abitazione racconta l'abitante. Il modo di plasmare l'ambiente architettonico attraverso l'utilizzazione degli spazi, la distribuzione dell'arredamento, sono narrazioni di una personalità che si iscrive nell'ambiente domestico per rispecchiarsi. L'abitazione passerà da progetto architettonico a progetto esistenziale nella misura in cui è frutto dell'intenzionalità dell'abitante<sup>44</sup>. Il motto che Ludovico Ariosto fa incidere sulla sua abitazione di Ferrara - *parva sed apta mihi* - dimostra ad esempio un programma esistenziale più che un programma abitativo<sup>45</sup>.

Secondo Antonio Tosi la grande preferenza accordata alla casa unifamiliare nella maggior parte dei paesi occidentali, sembra provenire dalle maggiori possibilità di appropriazione e di elaborazione culturale da essa consentite. La maggiore personalizzazione che questa rende possibile, incentiva l'immaginazione abitativa. Se storicizzati questi dati oppongono il modello funzionale del Movimento Moderno<sup>46</sup> all'immaginario che la casa unifamiliare può sprigionare<sup>47</sup>. Questo immaginario si realizza attraverso l'arredamento, perché è con la fase dell'*arredare* che l'abitante prende possesso dell'abitazione e la fa propria. Il senso del possesso si manifesta attraverso la costante ricerca di una identità, un sentimento di appartenenza. È attraverso l'introduzione dei propri oggetti e della loro sistemazione che l'abitante penetra nel cuore dell'abitazione<sup>48</sup>.

<sup>43</sup>Corigliano, *Tempo spazio identità*, cit., pp. 111-113.

<sup>44</sup>VITTA Maurizio, *Dell'abitare*, Einaudi, Torino, 2008, p. 27.

<sup>45</sup>*Ibidem*, p. 220.

<sup>46</sup>Si tratta di un importante movimento architettonico attivo soprattutto negli anni Venti e Trenta. Conta tra le sue file architetti del calibro di Le Corbusier, Ludwig Mies van der Rohe e Walter Gropius. Con l'idea di creare un nuovo tipo di abitazione il Movimento punta sul collettivo per creare una razionalità dell'abitare. La casa unifamiliare viene vista in contrapposizione come l'emblema dell'individuale e quindi oggetto di forti critiche.

<sup>47</sup>Tosi, *Abitanti*, cit., pp. 27-28.

<sup>48</sup>Vitta, *Dell'abitare*, cit., pp. 205-207.



L'«essere *in* casa», si trasforma ora nel più complesso «essere *a* casa», nel *vivere* la casa<sup>49</sup>. Ma l'idea di *sentirsi a casa* può essere applicata a qualsiasi luogo in cui attraverso l'immagine di un abitare si crei un sentimento di appartenenza e d'identità che lo trasforma in *casa*<sup>50</sup>. L'espressione “faccio ritorno a casa” può riferirsi alla propria abitazione ma anche alla propria città o al proprio paese. Tuttavia una persona si può sentire a casa senza avere una residenza fissa, mentre un'altra potrebbe non provare questo sentimento nonostante possieda un'abitazione. Questo potrebbe essere dovuto a un senso di precarietà legato al carattere transitorio dell'alloggio, come può succedere per uno studente fuori sede o a chi viaggiando spesso si trova a cambiare in continuazione stanza d'albergo. Ma l'incapacità di sentirsi a casa può verificarsi anche in individui che hanno una residenza stabile, ma che per vari motivi non riescono a trovare un senso di protezione, di relax e di *privacy* nella loro abitazione.

Abbiamo fin qui cercato attraverso esempi e citazioni di intendere il significato di termini come casa, abitazione, abitare. Ma la polisemia di tali concetti, nonché la loro modificazione nel corso della storia, non può che ricondurci ad un approccio “culturale” nella lettura dei suddetti termini. Un atteggiamento multidisciplinare potrebbe essere la chiave di volta per arrivare a comprenderli pienamente. Una posizione univoca, un tentativo di rinchiudere certi termini in definizioni che risulterebbero compartimenti stagni, ci impedirebbe di cogliere appieno dei significati che vanno letti attraverso le varie epoche, le diverse culture e i differenti idiomi che hanno contribuito a creare questi concetti e ad accompagnarli attraverso le loro modifiche fino ai giorni nostri.

---

<sup>49</sup> *Ibidem*, p. 299.

<sup>50</sup> *Ibidem*, p. 312.

## 2.4 Significati degli oggetti nella cultura domestica tra artigianato e disegno industriale

A partire dall'Ottocento la casa borghese deve rappresentare il luogo del non-lavoro per eccellenza, un posto dove si possa esprimere il proprio sé e godere delle cure della moglie, essa stessa vista quasi come oggetto ornamentale. Anche gli elementi che entrano a far parte delle nuove case devono assumere un *design* che non rappresenti un crudo funzionalismo. Il lavoro incarnato dalle macchine domestiche deve essere occultato, così come devono esserlo le stesse mansioni relative alla casa<sup>51</sup>.

Il ruolo degli oggetti domestici assume da qui in avanti una rilevanza sempre maggiore nella definizione dell'individuo e della casa che abita. Come vedremo, negli anni Cinquanta e Sessanta, la casa sarà invasa da una enorme quantità di nuovi oggetti e dispositivi che rivoluzioneranno il modo di abitare, e che in certi casi comporteranno anche importanti modifiche dal punto di vista sociale e culturale. Alcuni oggetti cambieranno radicalmente l'attuazione di certi compiti domestici che da secoli si svolgevano all'incirca nello stesso modo.

Per Bachelard alcuni oggetti domestici assumono dei valori fondamentali per l'individuo. Per lui riporre un oggetto qualsiasi, in un modo qualsiasi, in un mobile qualsiasi, dimostra una debolezza nella funzione di abitare. L'interno dell'armadio ad esempio può rappresentare «uno spazio di intimità [...] che non si apre davanti a chiunque [...] non è un mobile quotidiano, non lo si apre tutti i giorni. Come per un'anima che non si confida, la chiave non si trova sulla porta»<sup>52</sup>. Un altro esempio è quello del cofanetto, dove «si trovano le cose

---

<sup>51</sup>CAVAZZA Stefano, SCARPELLINI Emanuela (a cura di), *Il secolo dei consumi. Dinamiche sociali nell'Europa del Novecento*, Carocci, Roma, 2006, p. 156.

<sup>52</sup>Bachelard, *La poetica dello spazio*, cit., pp. 104-105.

indimenticabili, indimenticabili per noi, ma indimenticabili anche per coloro cui doneremo i nostri tesori. Il passato, il presente, un avvenire sono condensati lì: il cofanetto diventa in tal modo la memoria dell'immemoriale»<sup>53</sup>.

Per Baudrillard la configurazione assunta dall'arredamento rispecchia le strutture famigliari e sociali di un'epoca. Per lui l'interno-tipo borghese è patriarcale in quanto presenta una tendenza all'accumulazione, una volontà di riempire e chiudere uno spazio, e una gerarchia per cui ogni mobile possiede una propria destinazione. Il mobile dunque interiorizza la propria funzione e ne riveste la dignità simbolica. La casa diviene un organismo con una struttura patriarcale, tradizionale e autoritaria, dove mobili e oggetti personificano le relazioni umane. Ciò che riempie di significato le case in cui abbiamo vissuto da bambini è questo sistema per cui gli oggetti rappresentano quella configurazione simbolica che chiamiamo casa. Gli oggetti diventano così «dèi lari antropomorfi» che incarnano nello spazio i legami affettivi e la permanenza del gruppo, facendosi immortali<sup>54</sup>. I mobili moderni, invece, magari prodotti in serie, esprimono direttamente la loro funzione, si liberano del rito, dell'etichetta, di quell'ideologia che faceva dell'ambiente «lo specchio opaco di una natura umana reificata», incarnata dai vecchi mobili<sup>55</sup>.

Secondo Fabio Dei «le famiglie vivono in case popolate di oggetti, oltre che di persone. Gli oggetti ordinari della vita quotidiana costituiscono l'orizzonte della domesticità e lo sfondo su cui l'esperienza familiare si articola». Oltre che a rispecchiare l'identità della famiglia tali oggetti rappresentano a loro volta gli elementi su cui si plasmano tali identità. Le modalità con cui gli oggetti vengono utilizzati, scelti, scartati, rappresentano le principali strategie di posizionamento della famiglia nello spazio sociale e sono spesso al centro dei rituali della vita domestica. Da qui l'importanza di studiare gli oggetti domestici per accostarsi

---

<sup>53</sup>*Ibidem*, p. 109.

<sup>54</sup>BAUDRILLARD Jean, *Il sistema degli oggetti*, Bompiani, Milano, 2007, pp. 19-20.

<sup>55</sup>*Ibidem*, p. 23.

ad aspetti centrali della cultura familiare<sup>56</sup>. Secondo l'antropologo il significato degli oggetti va colto in base alla loro "carriera" e il limite tra esseri umani e oggetti inanimati non è sempre così chiaro e assoluto, perché così come «gli umani possono essere reificati nei processi economici, così le cose possono essere a loro volta umanizzate»<sup>57</sup>.

Nella sua ricerca sulle case di famiglie toscane di classe media, Dei si accorge che il significato degli oggetti viene costruito non tanto in base ai percorsi biografici individuali quanto alle relazioni famigliari.

L'antropologo distingue tra case ostensive e case utilitarie. Le prime sono quelle tendenzialmente ricche e lussuose dove nulla è lasciato al caso, ai fini di una funzione espositiva dell'abitazione. In queste case si vuole mettere in scena un gusto inteso come qualità personale, che non tollera troppa distinzione tra pubblico e privato. Qui ogni pezzo è unico e possiede una storia. La serialità degli oggetti è esclusa. Le case utilitarie dal canto loro non negano caratteri ostensivi, anche se questi passano in secondo piano nei confronti della funzionalità. La produzione seriale è ben presente. In queste abitazioni non sembra esserci la volontà di controllare lo spazio e di rappresentare esplicitamente una propria personalità, spesso l'arredamento è impersonale e non sembra di scorgere un "progetto" di casa. La ricchezza non è l'unico elemento che differenzia le due tipologie di abitazione. Sembra infatti decisivo il capitale culturale acquisito attraverso gli studi e quello ereditato, che si manifesta soprattutto nell'ambito della cultura materiale<sup>58</sup>.

Secondo De Fusco gli oggetti costituiscono l'autentica memoria del nostro passato e l'immediata e diretta progettualità del nostro presente, gli arredi della casa vengono generalmente o ricevuti in dono, o ereditati, o acquistati. Possiamo

---

<sup>56</sup>DEI Fabio, *Oggetti domestici e stili familiari. Una ricerca sulla cultura materiale tra famiglie toscane di classe media*, "Etnografia e ricerca qualitativa", n. 2, 2009, Il Mulino, Bologna, p. 279.

<sup>57</sup>*Ibidem*, p. 283.

<sup>58</sup>*Ibidem*, pp. 284-288.

decidere se utilizzarli, esporli o tenerli nascosti. Molti di essi ci hanno preceduto costituendo parte della nostra storia culturale e familiare<sup>59</sup>. Chi possiede solo alcuni esemplari di un servizio da tavola che si è sempre più ridotto nel tempo sa di non potersene disfare perché se da un lato questi oggetti presentano una certa arroganza a causa del loro essere più durevoli degli individui che li hanno utilizzati, dall'altro conservano la memoria delle nostre radici<sup>60</sup>.

Per Andrea Branzi gli oggetti non sono e non sono mai stati soltanto “oggetti”, nel senso che servono a realizzare semplici funzioni lavorative o di vita domestica. Essi sono sempre stati dispositivi con cui gli uomini hanno cercato di realizzare metafore e relazioni simboliche, presenze attive nella casa con cui l'uomo ha sempre stabilito relazioni complesse. Si potrebbe anche sostenere che «gli oggetti hanno un'anima; essi *servono* ma anche *proteggono* l'uomo e ne *esorcizzano* la solitudine, creando un delicato anello affettivo tra questo e il mondo più lontano e anonimo della città»<sup>61</sup>.

Branzi propone di separare la storia del *design* (che ha inizio con la rivoluzione industriale caratterizzata dalla produzione in serie, si parla appunto di *industrial design*) da una storia degli oggetti molto più antica, in modo da distinguere le vicende della Modernità dalla storia che l'ha preceduta. Se non esistono di fatto storie “maggiori” o “minori” anche una storia delle sedie o dei tavoli può contribuire a una generale “storia degli uomini”<sup>62</sup>.

Nello specifico del periodo che andremo ad analizzare, ossia quello dell'Italia degli anni Cinquanta e Sessanta, un'importante svolta sul piano architettonico e degli interni domestici si ha con l'VIII Triennale di Milano del 1947. All'esposizione, diretta da Piero Bottoni, si guarda al tema fondamentale dell'abitare in un contesto di necessaria ricostruzione come era quello dell'Europa del dopo-

---

<sup>59</sup>DE FUSCO Renato, *Introduzione*, in D'AMATO Gabriella, *Storia dell'arredamento. Dal 1750 a oggi*, Laterza, Roma-Bari, 1992, pp. 16-17.

<sup>60</sup>D'AMATO, *Storia dell'arredamento*, cit., p. 19.

<sup>61</sup>BRANZI Andrea, *Capire il design*, Giunti, Firenze, 2007, p. 11.

<sup>62</sup>*Ibidem*, pp. 9-10

guerra. Nel programma dell'evento si legge che «l'arredamento non deve essere inteso come decorazione d'interni», si guarda più al funzionalismo.

Si vuole costruire una nuova società attraverso un progetto razionalista pensato come strumento di innovazione politica e sociale. Un esempio di questo spirito nell'ottica di una ricostruzione razionale lo abbiamo con la costruzione del QT8 (Quartiere Triennale Ottava), un quartiere economico e residenziale a Milano, pensato proprio in occasione della Triennale, in cui gli interni degli alloggi vengono progettati evidenziando l'importanza della produzione in serie piuttosto che quella dei pezzi unici su disegno.

Secondo Vercelloni il limite di questa Triennale resta comunque quello di rimanere troppo ancorata al mobile singolo, artigianale, in cui l'arredo risulta essere ancora lontano da quell'idea di *design* industriale, prodotto in fabbrica e in grande tiratura<sup>63</sup>.

Il problema principale però è che le teorie innovative che animano la discussione architettonica, ma anche sociale, dell'epoca, quando l'architetto comincia ad assumere un incarico decisivo nella progettazione della nuova società italiana, si infrangono con la sconfitta delle sinistre e la vittoria della Democrazia Cristiana alle elezioni del 1948, momento in cui cade l'illusione di far coincidere la modernità con la struttura organizzativa del paese. Una volta esauritasi la spinta innovativa del dopoguerra, che porta a un notevole sviluppo dell'attività professionale grazie alla ricostruzione edilizia del paese, infatti, le grandi speranze socio-politiche lasciano il posto ad una amara delusione all'interno della cultura architettonica<sup>64</sup>.

Secondo François Burkhardt a questo punto «gli architetti spostarono la loro attenzione sull'oggetto stesso, che divenne quindi portatore di significato. La forza dell'oggetto di architettura e di design in Italia nacque proprio da questo

---

<sup>63</sup>VERCELLONI Matteo, *Breve storia del design italiano*, Carocci, Roma, 2008, pp. 87-88.

<sup>64</sup>DE FUSCO Renato, *Il Gusto come convenzione storica in arte, architettura e design*, Alinea, Firenze, 2010, p. 116.

spostamento di attenzione sull'oggetto di design» e aggiunge che «trasferire fattori culturali, antropologici, sociologici e psicologici sull'oggetto stesso ha caricato quest'ultimo di proprietà che gli hanno attribuito un grande valore, dandogli un significato al di là dei criteri puramente funzionali»<sup>65</sup>. Tuttavia questa capacità di caricare di tali valori dei singoli oggetti non è una qualità comune a tutti i professionisti, e qui sta il merito dei progettisti che hanno dato vita al *Bel Design* italiano, che caratterizzerà l'epoca di cui ci andremo ad occupare contribuendo alla modifica degli interni domestici negli anni Cinquanta e Sessanta.

## 2.5 Casa e famiglia nel dopoguerra italiano

L'abitazione è «lo spazio nel quale la famiglia organizza le proprie attività, elabora i propri stili di vita, esperisce le proprie immagini culturali, esplica le proprie funzioni»<sup>66</sup>.

Per Sofsky «fondare una famiglia significa recintare un rifugio che garantisce l'indipendenza. Ma lo spazio privato è anche possesso, oggetto di investimento, un'eredità di pietra, un regno a sé, in cui si può essere padroni di se stessi»<sup>67</sup>.

Se negli anni Quaranta, in Italia, le nuove coppie che vanno a vivere in affitto rappresentano il 55% del totale, all'inizio degli anni Sessanta queste superano il 60%. Da qui inizia la corsa all'acquisto della casa in proprietà che porta il tasso di coppie sposate che vivono in affitto a calare, prima lentamente, poi in modo sempre più rapido fino agli anni Novanta quando ad andare in affitto sono solo il 35% delle nuove coppie<sup>68</sup>. Le famiglie che possono permetterselo danno ai figli una casa in proprietà. Risulta infatti che i figli di famiglie numerose e

---

<sup>65</sup>Cit. da Vercelloni, *Breve storia del design italiano*, cit, pp. 88-89.

<sup>66</sup>Gasparini, *Abitazione*, cit., p. 1.

<sup>67</sup>SOFSKY Wolfgang, *In difesa del privato*, Einaudi, Torino, 2010, p. 78.

<sup>68</sup>BARBAGLI Marzio, CASTIGLIONI Maria, DALLA ZUANNA Gianpiero, *Fare famiglia in Italia. Un secolo di cambiamenti*, Il Mulino, Bologna, 2003, pp. 187-188.

quelli di lavoratori dipendenti sono andati più frequentemente in affitto rispetto a chi è figlio unico oppure appartiene a una famiglia della grande o piccola borghesia, che spesso ha ereditato o ricevuto in dono una casa in proprietà. Una buona quota di affittuari la ritroviamo anche tra chi decide di convivere prima di sposarsi, chi opta per il rito civile e chi va ad abitare lontano dai genitori<sup>69</sup>.

A partire dagli anni Settanta la casa in proprietà diventa un fatto normale per la maggioranza della popolazione, e alla fine del XX secolo la costruzione o l'acquisto della nuova casa precede molto spesso il matrimonio. Ovviamente questo non sarebbe stato possibile, nella gran parte dei casi, senza l'appoggio finanziario delle famiglie di origine.

Sembra esserci un nesso tra la corsa all'acquisto della casa in proprietà e il tentativo di creare un legame forte tra generazioni all'interno della famiglia. Questo può contribuire a spiegare perché i genitori italiani, spagnoli, greci e portoghesi, abbiano investito appena possibile nell'acquisto di una casa per i figli, mentre questo non è avvenuto da parte dei genitori inglesi, francesi o tedeschi<sup>70</sup>. Anche Pitkin pone l'accento su questa peculiarità mediterranea attraverso l'esempio di Giacomo: «un uomo costruiva una casa per i suoi figli sposati – in modo che questi potessero vivergli vicino – invece di incoraggiarli ad andarsene, a diventare «indipendenti», come si usa fra la maggior parte dei genitori nelle società industrializzate occidentali»<sup>71</sup>.

Nel nostro paese fino alla metà del Novecento molti neo-sposi andavano a vivere nella casa dei genitori di uno dei due. Nei matrimoni celebrati negli anni Novanta questa tradizione rimane, anche se in maniera sempre più ridotta, attestandosi al 5% nel Nord Ovest, 15% nel Nord Est e nel Centro, 10% nel

---

<sup>69</sup> *Ibidem*, pp. 189-190.

<sup>70</sup> *Ibidem*, pp. 194-195.

<sup>71</sup> Pitkin, *La casa che Giacomo costruì*, cit., p. 25.



Sud<sup>72</sup>. La permanenza di certe tradizioni culturali, un mercato degli affitti difficilmente accessibile, e una certa incapacità da parte dello stato di occuparsi della questione abitativa, portano i paesi mediterranei, e l'Italia in particolare, al paradosso per cui la famiglia, attraverso le sue risorse economiche diventa la principale risorsa a cui i giovani possono attingere per rendersi indipendenti dalla famiglia stessa, almeno a livello abitativo<sup>73</sup>.

Mencarini e Tanturri sostengono che la possibilità di disporre di un'abitazione sia considerata una delle risorse più importanti per la transizione allo stato adulto. L'indipendenza economica infatti, se non mira a quella abitativa, non permette di uscire dalla famiglia. Nei paesi mediterranei l'indipendenza abitativa coincide molto spesso con eventi come il matrimonio o la nascita di un figlio<sup>74</sup>. La stessa famiglia sembra essere più propensa ad aiutare economicamente un figlio che esce dalla casa familiare per costruirne un'altra piuttosto che uno che decide di andare a vivere da solo o a convivere con amici o coetanei<sup>75</sup>.

In sostanza, tenendo conto anche del mancato accesso al mercato del credito da parte dei giovani italiani, la famiglia diventa l'unica fonte possibile per rendersi indipendenti dalla stessa. Le famiglie che oggi possono aiutare i propri figli nell'acquisto di una casa, sono quelle che hanno potuto fare affidamento su capitali accumulati durante una positiva congiuntura economica. Ma le prossime generazioni, che inizieranno ad entrare più tardi nel mondo del lavoro e con una inferiore stabilità geografica e lavorativa, che di conseguenza cominceranno più tardi ad accumulare risparmi, riusciranno ad offrire ai propri figli le stesse possibilità che hanno avuto loro?

Osservando le fotografie famigliari del Novecento Chiara Saraceno mette in

---

<sup>72</sup>Barbagli - Castiglioni - Dalla Zuanna, *Fare famiglia in Italia*, cit., pp. 204-207.

<sup>73</sup>MENCARINI Letizia, TANTURRI Maria Letizia, *Una casa per diventare grandi. I giovani italiani, l'autonomia abitativa e il ruolo della famiglia d'origine*, "Polis", XX, 3, dicembre 2006, p. 405.

<sup>74</sup>*Ibidem*, pp. 407-409.

<sup>75</sup>*Ibidem*, pp. 424-425.

contrapposizione quelle delle famiglie borghesi e quelle delle famiglie rurali. Dall'analisi di questo materiale si evince un aspetto interessante. Se le prime infatti presentano come sfondo gli interni domestici, le seconde sono sempre scattate all'esterno, magari sulla porta o sulle scale, ma mai all'interno dell'abitazione, il luogo del consumo per eccellenza. Per loro c'è sempre un collegamento con la terra, all'esterno perciò della casa, dove si svolge quasi tutta l'attività quotidiana. L'esterno rappresenta per queste famiglie di campagna il luogo domestico anche quando non è al lavoro. Con l'avvento della società dei consumi, quando anche i contadini diventeranno consumatori, anche le famiglie rurali cominceranno a farsi ritrarre all'interno della loro abitazione, spesso con gli oggetti simbolo del *boom* posti in primo piano<sup>76</sup>. La casa comincerà così ad assumere un ruolo separato dall'ambiente lavorativo, diventando pian piano luogo di riposo e intimità anche all'interno della cultura contadina.

Negli anni Cinquanta la maggior parte della popolazione italiana vive in nuclei famigliari numerosi. Oltre un terzo fa parte di famiglie composte da sei o più componenti. Solo il 26% vive in nuclei fino a tre persone<sup>77</sup>. Gli anni Cinquanta e Sessanta in Italia sono caratterizzati anche da una intensa nuzialità. Sono questi gli anni in cui si impone il modello familiare nucleare come indice di normalità. La famiglia diventa il luogo in cui cercare di soddisfare i propri bisogni di relazione e di intimità. Le grandi famiglie, infatti, se da un lato forniscono sicurezza e solidarietà, dall'altro impongono forme di controllo e vincoli sulla privacy che limitano l'autonomia personale<sup>78</sup>. La coppia che andava a vivere all'interno di famiglie contadine allargate, non aveva la possibilità di svolgere una propria vita domestica. Ogni attività era condivisa e sottoposta

<sup>76</sup>SARACENO Chiara, *Interni (ed esterni) di famiglia*, in DE LUNA Giovanni, D'AUTILIA Gabriele, CRISCENTI Luca, *L'Italia del Novecento. Le fotografie e la storia*, Einaudi, Torino, 2006, p. 67.

<sup>77</sup>Cacioppo, *Condizione di vita familiare negli anni cinquanta*, cit., p. 84.

<sup>78</sup>SARACENO Chiara, *La famiglia: i paradossi della costruzione del privato*, in ARIÈS Philippe, DUBY Georges, *La vita privata. Il Novecento*, Laterza, Roma-Bari, 1988, pp. 44-46.

all'ordine gerarchico familiare. In questi casi paradossalmente era forse possibile avere una maggiore vita privata all'esterno della famiglia, in luoghi pubblici come osterie, balere, o ai lavatoi, a seconda del sesso e dell'età<sup>79</sup>.

## 2.6 Donna consumatrice e modello americano nel dopoguerra

La sfera privata ha giocato un ruolo politico importante per la società e l'individuo del dopoguerra. Come è fin da subito evidente nel quadro complessivo del Piano Marshall, i governi europei si accorgono di poter sfruttare questo elemento per rafforzare la loro autorità. Le spinte principali in questa direzione passeranno attraverso la costruzione di case dignitose ai fini di una sicura vita domestica. Negli anni Cinquanta nasce così una vera e propria “cultura della *privacy*” che ristabilisce i confini tra vita pubblica e privata. Questo avviene in modo particolare per la Germania Ovest e l'Italia come forma di reazione al controllo del privato esercitato dai rispettivi regimi. In questi paesi si assiste alla restaurazione del nucleo familiare, ad un'affermazione della stabilità domestica e all'esaltazione delle “virtù private” della proprietà individuale. Anche altrove si può comunque guardare alle politiche sulla casa come al simbolo più evidente del dopoguerra ai fini della pace e della ricostruzione. Inoltre la casa serve come ritiro dalla vita pubblica, come pausa dalla dolorosa memoria del passato e dalle angosce del presente<sup>80</sup>. La guerra lascia tracce profonde anche nella cultura materiale. Durevolezza, identità ed esistenza devono essere ricostruiti come tutto il resto in Europa. Questo è il contesto della catastrofe morale e materiale che distingue la cultura domestica europea da quella americana<sup>81</sup>.

---

<sup>79</sup>*Ibidem*, p. 54.

<sup>80</sup>BETTS Paul, CROWLEY David, *Introduction*, “Journal of Contemporary History”, vol. 40, n. 2, Domestic dreamworlds: notions of home in post-1945 Europe (aprile 2005), pp. 232-233.

<sup>81</sup>*Ibidem*, p. 235.

Paolo Scrivano sostiene che uno degli aspetti culturali che maggiormente differenzia la società italiana dell'anteguerra da quella successiva al conflitto mondiale sia una ridefinizione dei concetti di sfera pubblica e sfera privata. Rispetto al mito fascista delle masse, gli individui si ridefiniscono in termini di domesticità verso un ritorno dal pubblico al privato. In questo contesto la cucina e il soggiorno possono mettere in crisi le strade e le piazze. Il particolare sviluppo economico, unito all'influenza americana, lascia segni importanti nella vita di tutti i giorni attraverso una rivoluzione che passa dalla casa. L'istituzione familiare resta un elemento cruciale per la stabilità sociale di un paese come l'Italia, nonostante gli aspetti comunitari e di vita sociale presenti nelle grandi famiglie rurali lascino pian piano il posto a nuove famiglie nucleari che guardano maggiormente al privato<sup>82</sup>. Nell'ottica di opposizione concettuale *dentro-fuori* votata all'esclusione, lo spazio domestico diventa il luogo di autorealizzazione dell'abitante. Qui la donna diviene fondamentale in quanto «artefice di un *interno* senza contraddizioni, contrapposto a un *esterno* non pianificato»<sup>83</sup>.

Come ci ricorda Enrica Asquer per tutto l'Ottocento e buona parte del Novecento il binomio donna-casa è valido solo per le classi sociali medio-alte. Sono solo le donne delle élite che possono riprodurre all'interno della loro casa il dualismo tra pubblico (salotto) e privato (camere da letto). Per la stragrande maggioranza della popolazione l'intimità familiare rappresentata dalla propria abitazione non esiste. La maggior parte delle donne non possiede tempo libero. Tutto è occupato dal lavoro, domestico o extra-domestico. La vita di queste donne non si svolge esclusivamente tra le quattro mura di casa, non è una vita silenziosa e nemmeno solitaria<sup>84</sup>.

Se nella cultura cattolica e del perbenismo piccolo borghese, la donna viene

<sup>82</sup>Scrivano, *Signs of Americanization in Italian Domestic Life*, cit., pp. 323-324.

<sup>83</sup>CHIMENTI Cristina, *Le categorie di igiene e decoro nella casa degli anni Cinquanta. Continuità e rottura*, "Nuova dwf", n. 19-20, 1982, p. 27.

<sup>84</sup>ASQUER Enrica, *La rivoluzione candida. Storia sociale della lavatrice in Italia (1945-1970)*, Carocci, Roma, 2007, pp. 40-42.

istruita fin da piccola al ruolo di madre e di angelo del focolare, con lo sviluppo della società del consumo e l'influenza del modello economico e sociale americano, le cose iniziano a cambiare. La crescente industrializzazione e la maggiore presenza delle donne nelle attività extradomestiche, unite alla grande crescita del mercato, portano ad una maggiore responsabilità e competenza delle donne anche fuori dalla casa. Esse si trasformano infatti in consumatrici, anzi nelle consumatrici per eccellenza. I pubblicitari si accorgono presto di chi ha in mano le redini dell'economia familiare e dirigono i loro spot verso la donna casalinga<sup>85</sup>. Nell'Europa del secondo dopoguerra, il modello americano della casalinga-consumatrice e della casa razionale presenta il fascino irresistibile di un mito<sup>86</sup>. Il mercato statunitense riconosce dunque nel consumatore il principale attore sociale, identificandolo in particolare con la donna. In qualche modo, attraverso l'esportazione del suo modello, il mercato americano stringe una sorta di alleanza con le donne europee. Le donne americane orientano le loro abitudini di consumo in modo differente: riducono le spese per alimentazione e abbigliamento e le incrementano per elettrodomestici, istruzione, salute e tempo libero. Questi modelli, oltre alla scelta di affidare l'economia familiare alla padrona di casa, la tipica casalinga americana, sbarcano oltre oceano creando non pochi problemi soprattutto per il rischio delle modificazioni riguardo i ruoli sessuali che avrebbero potuto produrre. La donna americana entra così a far parte dell'immaginario europeo<sup>87</sup>. Gli Stati Uniti sono visti da un lato come fonte di esplosione dell'emancipazione femminile e di una volgare ostentazione della sessualità, e dall'altro come modello di una nuova realtà domestica e familiare fondata su nuclei più ristretti che si presentano come più lontani e indipendenti rispetto ai parenti, in cui la Signora Consumatrice diventa la colonna portante

---

<sup>85</sup>LIGUORI Maria Chiara, *Donne e consumi nell'Italia degli anni cinquanta*, "Italia contemporanea", n. 205, 1996, pp. 666-668.

<sup>86</sup>Asquer, *La rivoluzione candida*, cit., p. 62.

<sup>87</sup>DE GRAZIA Victoria, *L'impero irresistibile. La società dei consumi americana alla conquista del mondo*, Einaudi, Torino, 2006, pp. 458-459.

della famiglia stessa<sup>88</sup>. Si vuole sostituire all'*Homo œconomicus* la figura più aperta della “donna economica”. È proprio la capacità della padrona di casa di districarsi all'interno del mondo del commercio che permette alla famiglia di gestire nel modo migliore le proprie risorse economiche senza farsi ingannare da prodotti superflui proposti dalla pubblicità<sup>89</sup>.

Secondo Gabriella Turnaturi il concetto di *privacy* e l'ideologia della casalinga si sviluppano contemporaneamente, in quanto entrambi fanno riferimento a un contesto ristretto, individualizzato, privato<sup>90</sup>.

Le interviste riportate da Maria Chiara Liguori ci raccontano delle innovazioni che arrivano nelle case degli italiani. A. ci parla di una cucina all'americana “che tutti sognavano” fatta di materiali diversi da quelle a cui si era abituati, che danno una sensazione di luminosità e di pulito che andava mantenuta. Per questo giungono dagli Stati Uniti i nuovi prodotti per la pulizia. La nonna di B. ci racconta che quando lavorava come lavandaia per sbiancare il bucato utilizzava la cenere che “bruciava” la pelle delle mani, ricorda le donne puzzare di varechina, un prodotto che si usava su tutto, mentre per la pulizia dei piatti si utilizzava la soda e uno straccetto. La situazione cambia drasticamente con l'arrivo dei prodotti detergenti, una vera e propria rivoluzione domestica, visto che il marito di B. per molto tempo continuerà ad utilizzare Kop (detersivo per piatti) per lavarsi i capelli, sostenendo che avesse una migliore capacità di rimuovere lo sporco<sup>91</sup>.

Giorgio Bocca vede nella metà degli anni Cinquanta l'inizio dell'epoca in cui le donne si mettono a comprare. Sottolinea che nelle riviste femminili la pubblicità occupa più del doppio rispetto allo spazio dedicatogli in quelle maschili-femminili. Ci ricorda poi che, se inizialmente i giornali di moda proponevano

---

<sup>88</sup> *Ibidem*, p. 461.

<sup>89</sup> *Ibidem*, p. 462.

<sup>90</sup> TURNATURI Gabriella, *La donna fra il pubblico e il privato: la nascita della casalinga e della consumatrice*, “Nuova dwf”, n. 12-13, 1979, p. 14.

<sup>91</sup> Liguori, *Donne e consumi nell'Italia degli anni cinquanta*, p. 679.

modelli di grandi sarti a fini pedagogici, affinché le sartine potessero copiarli, ora viene invece pubblicato il luogo dove questi modelli si possono acquistare: «la specie delle sartine va spegnendosi, è il tempo dei grandi magazzini e dei negozi di abbigliamento»<sup>92</sup>. Nelle riviste femminili degli anni Cinquanta e Sessanta in effetti, gli inviti a prendere spunto dai modelli proposti sono frequenti, non solo nell'ambito dell'abbigliamento ma anche in quello dell'arredamento. Se da un lato troviamo tutta una serie di consigli pratici, dall'altro non mancano nemmeno spinte esplicite per copiare i modelli proposti dalla rivista addirittura nel titolo. Iniziando a consultare le riviste che sono il fulcro del mio lavoro, si trovano molti esempi che vanno in questa direzione. Se *Gioia!* infatti ci propone *sei idee nuove da portare in camera da letto*<sup>93</sup>, un articolo di *Eva* ci dice che è *rustica la casa da copiare*<sup>94</sup>. A volte si indirizzano le donne al fai-da-te: *disegnate da sole i mobili del soggiorno*<sup>95</sup>, oppure le si consiglia di dedicarsi ad uno stile particolare: *perché non provate ad arredare la vostra casa «alla giapponese?»*<sup>96</sup>.

Stephen Gundle vede il XX secolo come quello in cui la cultura transnazionale e interclassista americana ha preso il sopravvento sulle altre culture<sup>97</sup>. Durante gli anni Cinquanta la società italiana sarebbe stata, anche a causa delle sue peculiarità e del suo sviluppo, la più ricettiva nei confronti del modello americano. Questo infatti avrebbe esercitato la sua massima influenza nei periodi in cui le vecchie norme e i vecchi costumi venivano infranti, o comunque non offrivano più sostegno<sup>98</sup>. La televisione risulta il mezzo principale per la diffusione della nuova cultura. Risulta anche elemento fondamentale per l'insegnamento della lingua italiana, rischiando però, come denuncia Pasolini, di eliminare le ul-

<sup>92</sup>Bocca, *La scoperta dell'Italia*, pp. 108-109.

<sup>93</sup>«Gioia!» n. 41, 1957, pp. 42-43.

<sup>94</sup>«Eva» n. 36, 1965, p. 56.

<sup>95</sup>«Gioia!» n. 11, 1958, p. 51.

<sup>96</sup>«Grazia» n. 743, 1955, p. 54.

<sup>97</sup>GUNDLE Stephen, *L'americanizzazione del quotidiano. Televisione e consumismo nell'Italia degli anni Cinquanta*, «Quaderni storici», 62, a. XXI, n. 2, 1986, pp. 561-562.

<sup>98</sup>*Ibidem*, pp. 563-565.

time tracce di quella cultura nazionale popolare fondata su dialetti e tradizioni locali. Il problema è che la televisione non utilizza né una tradizione filosofica e letteraria associata alla lingua italiana, né un'espressione della cultura popolare. Quello che il nuovo mezzo televisivo offre è in realtà una forma di intrattenimento artificiale accessibile sia al letterato che all'analfabeta<sup>99</sup>. Secondo Gundle la donna diventa in questo periodo il canale privilegiato di connessione tra mercato e famiglia<sup>100</sup>.

Simonetta Piccone Stella ha una posizione diversa e in particolare rifiuta l'equazione Stati Uniti-Italia, presente in molta storiografia sulla società dei consumi e non solo (Lilli, Gundle, Ginsborg). E ancor più l'immagine della donna come oggetto passivo oppure come «vittima felice di un bombardamento consumistico del sistema capitalista»<sup>101</sup>. Le donne italiane - sostiene Piccone Stella - non si trovano nella stessa situazione delle loro omologhe statunitensi. Non sono nelle condizioni e non possiedono lo stato d'animo necessari ad un rilancio della maternità, a una forte ricerca della *privacy*, a una immagine superfemminilizzata di sé. La casetta indipendente nel verde del suo giardino situata nei sobborghi delle città americane non ha riscontro nella situazione abitativa italiana del dopoguerra. Qui si ricerca la *privacy* attraverso l'allontanamento dalla casa familiare per spostarsi ad un appartamento, una soffitta o una baracca in città.

Se gli americani fuggono dalla metropoli ricercando una *privacy* all'interno della loro villetta, gli italiani al contrario abbandonano la realtà rurale per insediarsi nelle città. La città diventa luogo di attrazione non tanto per la possibilità di rifugiarsi nel privato, quanto per le nuove esperienze di vita e la possibilità di creazione di reti sociali nuove. Le nuove casalinghe italiane

---

<sup>99</sup> *Ibidem*, p. 577.

<sup>100</sup> *Ibidem*, p. 582.

<sup>101</sup> PICCONI STELLA Simonetta, *Donne all'americana? Immagini convenzionali e realtà di fatto*, in D'ATTORRE Pier Paolo, *Nemici per la pelle. Sogno americano e mito sovietico nell'Italia contemporanea*, Franco Angeli, Milano, 1991, p. 270.



sono costituite da quelle donne che si recano in città per lavorare a servizio di famiglie benestanti, oppure quelle che seguono il marito che decide di trasferirsi alla ricerca di un posto nell'edilizia o nell'industria.

In sostanza negli Stati Uniti la coppia benestante ricerca la propria intimità fuggendo dai centri urbani, investendo nell'aumento del numero di figli, provocando così un certo isolamento familiare e ancor più della moglie-madre, che diventa una figura sempre più specializzata nella gestione della casa e dell'economia domestica. In Italia invece la ricerca di una privatezza nei confronti della parentela o del vicinato da parte dei nuclei proletari o piccolo-borghesi, guarda ad un allargamento delle relazioni sociali e a una maggiore apertura al mondo esterno proprio grazie all'inserimento nell'ambiente cittadino<sup>102</sup>.

Per Piccone Stella non si può parlare insomma, per il caso italiano, di quella che Betty Friedan nella sua opera culto definisce come “la mistica della femminilità”, ossia tutta quella serie di tentativi da parte di editori, ma anche psichiatri e sociologi, verso la creazione di un'immagine della donna sempre più legata alla casa, alla famiglia, devota ai figli. Secondo gli studi della Friedan - lettura chiave del primo movimento femminista americano - questo nuovo modello di donna, caratterizzata sostanzialmente dall'essere madre e casalinga, avrebbe portato ad un aumento dell'utilizzo di psicofarmaci, all'abuso di alcool ma anche ad una serie di relazioni morbose nei confronti del marito e dei figli, in cui l'infantilismo delle madri si trasmette alla prole giungendo ad un generale indebolimento della società americana, fatta di giovani individui incapaci di relazionarsi col mondo<sup>103</sup>. La situazione italiana risulta troppo variegata a livello geografico, sociale e lavorativo per poter essere in qualche modo assimilata a tale immagine<sup>104</sup>.

E d'altronde Elisabetta Bini, segnala la debolezza del modello della “mistica

---

<sup>102</sup>*Ibidem*, pp. 270-271.

<sup>103</sup>Per approfondire v. FRIEDAN Betty, *La mistica della femminilità*, Castelvechi, Roma, 2012.

<sup>104</sup>Piccone Stella, *Donne all'americana?*, cit., p.272.

della femminilità” e l’idea delle donne come consumatrici inconsapevoli, anche per il caso americano. Se da un lato i consumi femminili portano ad un ritorno della donna fra le mura domestiche, d’altro canto la configurazione della donna come consumatrice permette di individuare anche possibili forme di *empowerment* femminile, dovute alla nascita di spazi e prodotti commerciali rivolti esclusivamente alle donne<sup>105</sup>.

Secondo Penny Sparke gli interni domestici accompagnano le donne durante i loro acquisti all’esterno della casa. Gli interni possono essere ritrovati nelle sale d’aspetto, nelle carrozze dei treni, nei grandi magazzini, andando a costituire delle “case lontane da casa” che offrono comodità fuori dalle mura domestiche, contribuendo alla loro ridefinizione nel ruolo di consumatrici e casalinghe<sup>106</sup>. Per le donne la casa diventa spesso, oltre al luogo da rendere accogliente per il marito e i propri figli, l’unico spazio in cui esse possono consumare, partecipando così a rituali di socialità collettiva. Proprio attraverso i consumi domestici le donne possono fare loro uno spazio e accumulare capitale simbolico e sociale. Fino a buona parte dell’Ottocento quella delle donne era quasi esclusivamente una ricchezza mobile, consistente in suppellettili, vestiti, gioielli<sup>107</sup>. Bini ci ricorda a questo proposito l’episodio del *kitchen debate* avvenuto durante l’Esposizione Nazionale Americana a Mosca nel 1959, tra l’allora vicepresidente degli Stati Uniti Richard Nixon e il premier sovietico Nikita Chruščëv. Nixon presenta al leader sovietico la casa suburbana statunitense, basata sul possesso di prodotti di massa e sui suoi ruoli di genere tradizionali, come l’essenza della libertà americana. La casa si trasforma in esempio discriminante tra i due mondi in conflitto. I consumi servono a dimostrare la superiorità del sistema americano su

---

<sup>105</sup>BINI Elisabetta, *Donne e consumi nei suburbs americani degli anni cinquanta*, in BINI Elisabetta, CAPUSSOTTI Enrica, STEFANI Giulietta, VEZZOSI Elisabetta, *Genere, consumi, comportamenti negli anni cinquanta. Italia e Stati Uniti a confronto*, “Italia contemporanea”, n. 224, 2001, pp. 391-92.

<sup>106</sup>Sparke, *Interni moderni*, cit., p. 11.

<sup>107</sup>Cavazza - Scarpellini, *Il secolo dei consumi*, cit., p. 158.

quello sovietico, e il ruolo della donna diventa fondamentale, perché, in quanto consumatrice, assolverà in modo ineccepibile ai suoi compiti nazionali<sup>108</sup>.

Nell'Italia del dopoguerra - e qui entriamo più direttamente nel nostro tema - molte donne si trasferiscono con i propri nuclei famigliari dal paese alla città, spesso nei grandi stabili della periferia<sup>109</sup>. La situazione della donna presenta qui una doppia emarginazione in quanto «vive alla periferia, ed è essa stessa periferia della periferia»<sup>110</sup>. È di nuovo Piccone Stella a sottolineare come negli anni Cinquanta e Sessanta cambiano i valori che portano alla fama e alla notorietà in quanto “essere sulla bocca di tutti” non corrisponde più ad una congettura esclusivamente negativa: «non importa arrivare sulle prime pagine dei giornali per ragioni poco rispettabili [...] quel che importa è arrivarvi e vedervi stampata la propria fotografia». Le donne di quest'epoca desiderano sempre più giungere alla conquista di ricchezza e successo<sup>111</sup>. Questi sono forse gli elementi di maggiore cambiamento nella società italiana importati dalla cultura statunitense in un contesto sociale ed economico particolare e complesso come quello del “miracolo”.

Anche nell'ambito dell'arredamento le novità dello stile americano avranno forte presa sul pubblico. I modelli americani verranno sovente rappresentati, come vedremo nelle riviste destinate alle donne, come simboli di innovazione e razionalismo, tanto che la *Frankfurter Küche*, la cucina razionale ideata dall'architetto austriaco Margarete Schütte-Lihotzky nel 1926 per il progetto di case popolari a Francoforte di Ernst May, verrà identificata in Italia come “cucina all'americana”.

Gli studi citati dimostrano come il concetto di americanizzazione - molto

---

<sup>108</sup>Bini, *Donne e consumi nei suburbs americani degli anni cinquanta*, cit., p. 395.

<sup>109</sup>VEZZOSI Elisabetta, *La mistica della femminilità: un modello americano per le donne italiane?*, in Bini - Capussotti - Stefani - Vezzosi, *Genere, consumi, comportamenti negli anni cinquanta*, cit., p. 402.

<sup>110</sup>Muntoni, *Cultura della casa nell'Italia del dopoguerra*, cit., p. 14.

<sup>111</sup>Piccone Stella, *Donne all'americana?*, cit., pp. 278-279.

utilizzato dalla storiografia fino a tempi recenti - debba essere assolutamente ridimensionato, in quanto, come vedremo più avanti, i modelli americani, prima di raggiungere un vasto pubblico, verranno ricodificati attraverso la cultura e la tradizione italiane.

Secondo De Pieri studiare oggi i consumi in rapporto alla casa significa riconoscere l'architettura come uno dei principali indicatori dello stile di vita di individui e gruppi e chiedersi come lo spazio costruito possa contribuire alla costruzione di certe rappresentazioni della stratificazione sociale<sup>112</sup>.

La casa è diventata il luogo per eccellenza del consumo e del tempo libero, anche se questo consumo molto spesso passa attraverso un lavoro non retribuito della donna. Ancora oggi ad esempio «una serata in famiglia a guardare la Tv vede spesso le donne, mamme e mogli, alzarsi per rifornire i piccoli e i grandi spettatori di qualcosa da bere o da sgranocchiare; le vede correre in cucina, durante un intervallo pubblicitario, per finire di lavare i piatti e così via»<sup>113</sup>.

---

<sup>112</sup>DE PIERI Filippo, BONOMO Bruno, CARAMELLINO Gaia, ZANFI Federico (a cura di), *Storie di case. Abitare l'Italia del boom*, Donzelli editore, Roma, 2013, p. XIX.

<sup>113</sup>SASSATELLI Roberta, *Consumo, cultura e società*, Il Mulino, Bologna, 2004, p. 205.

# Capitolo 3

Ad ognuna delle mie case io sono grato,  
ognuna conserva per me ricordi innumerevoli  
e contribuisce nella mia memoria a dare una  
fisionomia precisa al tempo che ho trascorso.

(H. Hesse)

## 3.1 Le riviste femminili degli anni

### Cinquanta e Sessanta

Le riviste femminili non nascono nel dopoguerra, hanno anzi una storia complessa e molto risalente.

Nel 1786 nasce a Milano la prima rivista di moda italiana: Il *Giornale delle Dame e delle Mode di Francia*, che verrà pubblicato fino al 1794<sup>1</sup>. Come di-

---

<sup>1</sup>MORATO Erica, *La stampa di moda dal Settecento all'Unità*, in BELFANTI Carlo Marco, GIUSBERTI Fabio (a cura di), *Annali della Storia d'Italia. Vol. XIX. La moda*, Einaudi, Torino, 2003, p. 768.

mostra il titolo stesso della pubblicazione, i giornali d'Oltralpe costituiscono il punto di riferimento di tutta la stampa di moda italiana fin dai suoi esordi<sup>2</sup>.

Tuttavia solo con la nascita de *Il Corriere delle Dame*, di Carolina Arienti Lattanzi e Giuditta Rezzonico Lampugnani, che uscirà ininterrottamente dal 1804 al 1875, si può iniziare a parlare di un giornale femminile più che di una semplice rivista di moda. Fin dalla sua nascita infatti, il periodico, si occupa di letteratura, poesia, teatro e per qualche tempo anche di politica, con l'intento di permettere alle lettrici di «passare con utile diletto qualche ora»<sup>3</sup>.

Con i giornali torinesi *Eva redenta* (1855) e *La Rosa* (1856), e il genovese *La Donna* (1855), iniziamo a vedere le donne non più solo nel ruolo di lettrici, ma anche in quello di giornaliste<sup>4</sup>. Nella seconda metà dell'Ottocento la presenza di donne nelle redazioni delle riviste femminili comincia ad essere piuttosto consistente. Molto spesso si tratta di scrittrici di professione che collaborano con più giornali oltre che a pubblicare per conto loro<sup>5</sup>.

A proposito di queste riviste Rosanna De Longis si pone degli interrogativi interessanti sulla natura del termine “femminile”. Esso significa “diretto alle donne”, anche se non prodotto dalle donne stesse, oppure quel termine intende contenuti considerati di “interesse” femminile? Ci ricorda Silvia Franchini che gli anni a cavallo dell'unificazione, sono per l'Italia proprio il momento in cui iniziano a delinearsi i caratteri di un tentativo di invenzione del pubblico femminile, attraverso quelle riviste che propongono scritti pedagogici e mode, precetti morali e generi di consumo<sup>6</sup>.

È proprio tra l'unificazione e la fine del secolo che si afferma un genere di stampa femminile di grande successo a dimostrare la nascita di una “cultura per

---

<sup>2</sup>*Ibidem*, p. 774.

<sup>3</sup>*Ibidem*.

<sup>4</sup>*Ibidem*, p. 779.

<sup>5</sup>CARRARINI Rita, GIORDANO Michele, *Bibliografia dei periodici femminili lombardi (1786-1945)*, Editrice bibliografica, Milano, 1993, p. X.

<sup>6</sup>BOCHICCHIO Gisella, DE LONGIS Rosanna, *La stampa periodica femminile in Italia. Repertorio 1861-2009*, Biblink, Roma, 2010, pp 13-14.

le donne”, autorizzata a definire ciò che le riguardava direttamente. Comincia così ad essere abbandonata quella dipendenza culturale dalla Francia che aveva caratterizzato i giornali di moda fino agli anni Cinquanta e iniziano ad affermarsi formule giornalistiche nostrane pensate sulla base dei nuovi modelli di consumo e regolate in base ai livelli di “distinzione” sociale<sup>7</sup>.

Nel primo dopoguerra si può notare un maggiore scarto sia nella forma che nei contenuti, rispetto all'Ottocento, tra riviste di moda popolari e riviste di lusso. Tuttavia a partire dagli anni Trenta queste ultime cominciano a perdere terreno. Alcune si dissolvono, altre si assimilano ai rotocalchi popolari<sup>8</sup>.

Proprio con la nascita e la rapida diffusione dei “rotocalchi” nel corso degli anni Trenta, si introduce una grande novità nell’ambito delle riviste femminili. Le prime ad utilizzare la tecnica di stampa a rotocalco, nel 1933, sono *Eva* e *Lei*. Nascono entrambe a Milano, capitale della stampa femminile, in particolare quella che si occupa di moda e varietà, sotto l’impulso della fiorente industria dell’abbigliamento.

Il profilo delle due riviste è piuttosto simile, ma la grande novità da loro introdotta sta nella veste editoriale. Essendo stampate con il nuovo processo fotomeccanico della stampa in rotocalco su carta leggera, presentano un formato più ampio ma un numero di pagine ridotto rispetto agli altri periodici. Come ci ricorda Arturo Tofanelli, dal punto di vista tecnico, «la rivoluzione consisteva [nel] poter riprodurre, grazie al principio del retino adoperato per la stampa rotocalcografica, le *mezzetinte* con grande fedeltà, a differenza della rotativa tipografica adibita alla stampa dei quotidiani»<sup>9</sup>. Quello del rotocalco è

---

<sup>7</sup>FRANCHINI Silvia, *Cultura nazionale e prodotti d'importazione: alle origini di un archetipo italiano di “stampa femminile”*, in FRANCHINI Silvia, SOLDANI Simonetta (a cura di), *Donne e giornalismo. Percorsi e presenze di una storia di genere*, Franco Angeli, Milano, 2004, pp. 108-109.

<sup>8</sup>CARRARINI Rita, *La stampa di moda dall'Unità a oggi*, in Belfanti - Giusberti, *Annali della Storia d'Italia. Vol. XIX. La moda*, cit., p. 812.

<sup>9</sup>TOFANELLI Arturo, *I rotocalchi*, in “Stampa d'Oggi” (Collezione del Viesseux, V), Vallecchi Editore, Firenze, 1959, pp. 47-48. Riportato in DE BERTI Raffaele, *Il nuovo periodico. Rotocalchi tra fotogiornalismo, cronaca e costume*, p. 4, in DE BERTI Raffaele, PIAZZONI

un linguaggio che preferisce la spregiudicatezza all'eleganza. Sulle sue pagine le immagini sono frequenti e di grandi dimensioni e trovano la loro massima espressione nella copertina, costituita da un'unica grande fotografia. Da allora in poi l'illustrazione fotografica diventerà lo strumento di comunicazione privilegiato per la stampa di consumo<sup>10</sup>. La stessa fotografia pubblicitaria va direttamente collegata al grande sviluppo del rotocalco, perché «se nel 1920 la fotografia era utilizzata da meno del 15 per cento delle pubblicità illustrate sulle riviste di massa, nel 1930 la percentuale era salita quasi all'80»<sup>11</sup>.

Grazie alla nuova tecnica utilizzata, questi periodici possono essere venduti in edicola a un prezzo inferiore rispetto alle altre riviste femminili (solo 50 centesimi, contro le 1,5 lire di *Rakam*, mentre *Sovrana* ne costava addirittura 8)<sup>12</sup>. Il basso prezzo di copertina è una delle ragioni del grande successo dei rotocalchi e quella che permette l'accesso alla stampa femminile di nuove categorie di lettrici, come segretarie, dattilografe, commesse e telegrafiste.

Su *Eva* e *Lei* uno spazio consistente continua ad essere dedicato alla narrativa, attraverso racconti e romanzi a puntate firmati dagli autori o autrici dei romanzi rosa del momento. Un'attenzione particolare è dedicata al "cinematografo", simbolo di una più generale attenzione nei confronti degli eventi mondani che scade spesso nel pettegolezzo. Le foto pubblicate hanno come soggetto prevalente le donne, al fine di esaltarne i particolari e la fisicità. Nei rotocalchi comunque la fotografia della donna non ritrae solamente donne illustri ma anche modelle anonime o addirittura ragazze comuni.

Dalla seconda metà degli anni Trenta, quando la politica autarchica aumen-

---

Irene (a cura di), *Forme e modelli del rotocalco italiano tra fascismo e guerra*, Cisalpino. Istituto Editoriale Universitario, Milano, 2009.

<sup>10</sup>SALVATICI Silvia, *Il rotocalco femminile. Una presenza nuova negli anni del fascismo*, in FRANCHINI Silvia, SOLDANI Simonetta (a cura di), *Donne e giornalismo. Percorsi e presenze di una storia di genere*, Franco Angeli, Milano, 2004, pp. 118-119.

<sup>11</sup>JOHNSTON Patricia, *Fotografia pubblicitaria*, in D'AUTILIA Gabriele, LENMAN Robin (a cura di), *Dizionario della fotografia*, vol. I, Einaudi, Torino, 2008, p. 402. Riportato in De Berti, *Il nuovo periodico*, cit., p. 15.

<sup>12</sup>Salvatici, *Il rotocalco femminile*, cit., pp. 110-111.



ta la sorveglianza sulla stampa, anche i rotocalchi presentano più spesso notizie di manifestazioni di regime, riducono il numero di pagine fotografiche a favore della narrativa e anche per quanto riguarda il cinema ci si indirizza maggiormente verso un divismo “di casa nostra” che tralascia le avventure delle star d’oltreoceano. In questo mutato clima, nel 1938, sorgono *Gioia!* e *Grazia* che si presentano con un profilo nettamente diverso da quello di *Eva* e *Lei*. Entrambe ritornano ad un impianto più tradizionale, con una maggiore attenzione alla cucina, alla cura della casa e dei bambini. *Gioia!* in modo particolare riduce le immagini fotografiche, mentre *Grazia* si allinea decisamente alle posizioni propagandistiche del fascismo<sup>13</sup>.

Nei rotocalchi femminili è rappresentata una donna che «si muove tra tradizione e modernità, in bilico tra due modelli contraddittori, che pure convivono nella stessa testata». Alla fine dei conti si può dire però che emerge una figura di donna più indipendente, e impegnata allo stesso modo sia nel lavoro che nella famiglia<sup>14</sup>.

Nella seconda metà degli anni Quaranta, l’editoria di moda è rappresentata esclusivamente dalle riviste più popolari. *Annabella*, *Eva*, *Gioia!*, *Grazia* ritornano in edicola tra il 1945 e il 1946. Nonostante nel dopoguerra la prima vetrina della moda italiana sia Firenze, sarà ancora una volta Milano la capitale delle pubblicazioni sul tema<sup>15</sup>.

La pubblicità all’interno delle riviste femminili è un elemento decisivo per la loro sopravvivenza e i dati sulla crescita della sua rilevanza sono impressionanti. Fra il ’53 e il ’63 le pagine pubblicitarie su *Annabella* passano dal 20,3% al 39,5%; *Eva* passa dal 21,8% al 33,1%; *Grazia* dal 28,9% al 43,7%. Nel 1967 la quota in *Annabella* è del 44%, mentre su *Grazia* sfiora il 50%<sup>16</sup>.

---

<sup>13</sup> *Ibidem*, pp. 123-124.

<sup>14</sup> De Berti, *Il nuovo periodico*, cit., pp. 61-62.

<sup>15</sup> Carrarini, *La stampa di moda dall’Unità a oggi*, cit., pp. 822-823.

<sup>16</sup> LILLI Laura, *La stampa femminile*, in CASTRONOVO Valerio, TRANFAGLIA Nicola (a cura di), *La stampa italiana del neocapitalismo*, Laterza, Roma-Bari, 1976, pp. 254-255.

La pubblicità sulla stampa femminile è inoltre più costosa di quella generica. Nel '69 una pagina di pubblicità su *Grazia* costava 1.935.000 lire, mentre su *Epoca* (anch'esso edito da Mondadori) 1.360.000. Allo stesso modo si comporta Rizzoli, chiedendo 1.920.000 per una pagina pubblicitaria su *Annabella* e 1.030.000 lire per una sull'*Europeo*<sup>17</sup>.

Secondo Laura Lilli il mondo dei giornali femminili, esclusa una limitata fascia di lettrici *upper class*, «è dominato da un diligente “ceto medio”, cui è consentito poco pensare ma molto comprare»<sup>18</sup>.

Milly Buonanno, analizzando gli inserti pubblicitari nella stampa periodica li ritiene l'elemento più refrattario al rinnovamento. Sostiene che per ogni strato del ceto medio ci sia una politica pubblicitaria destinata appositamente alle donne della classe sociale corrispondente. Se infatti la lettrice di fotoromanzi viene rappresentata come casalinga modello, questa non è a conoscenza del fatto che sul rotocalco destinato a un pubblico medio-superiore, il modello di donna proposto non è più quello che sta al centro dell'ambiente domestico, ma quello che partecipa a una intensa vita di relazioni sociali<sup>19</sup>.

Il giornalismo di massa dei primi anni Cinquanta mette così in scena una certa ambivalenza della figura femminile. Se da un lato infatti vengono narrate le vicende amorose, i divorzi e le spregiudicatezze delle attrici americane e francesi, dall'altro le dive italiane sono presentate nella loro domesticità, lontane dagli scandali, simili a belle e brave massaie, mogli devote e fidanzate illibate<sup>20</sup>.

È anche vero però che negli anni Cinquanta e Sessanta le riviste “borghesi” nate durante il ventennio cercano un nuovo stile, guardando in particolar modo all'America. Migliora l'impaginazione, crescono i contenuti, aumentano le rubriche e si inizia a trattare anche di attualità<sup>21</sup>. Questo cambio di linea

---

<sup>17</sup> *Ibidem*, p. 256.

<sup>18</sup> *Ibidem*, p. 261.

<sup>19</sup> BUONANNO Milly, *La donna nella stampa*, Editori Riuniti, Roma, 1978, pp. 90-91.

<sup>20</sup> Sorcinelli, *Dalla «Via Gluck» al «Miracolo economico»*, cit., p. 183.

<sup>21</sup> BUONANNO Milly, *Naturale come sei. Indagine sulla stampa femminile in Italia*,

non denota comunque un'azione di avanguardia ma piuttosto un obbligo per resistere alla concorrenza degli altri mezzi di stampa<sup>22</sup>.

Le riviste prese in esame per la mia ricerca sono tutte testate a grande tiratura che nel dopoguerra diventeranno le più diffuse riviste femminili, indirizzate principalmente ai ceti medi. Esse presentano rubriche di intrattenimento e costume, consigli domestici, racconti, cronache letterarie e artistiche, spettacolo, moda e cronache mondane<sup>23</sup>. Ognuna si distingue tuttavia per una serie di caratteristiche. Osserviamole perciò un po' più nel dettaglio:

AMICA. *Settimanale di moda e attualità del "Corriere della Sera"*

Titolo e sottotitolo sono un'idea di Dino Buzzati. È una rivista a cadenza settimanale che nasce appunto da una costola del *Corriere della Sera* ed è dedicata alla donna di classe media. Nasce a Milano, edita da Rizzoli, il 15 febbraio 1962.

Fin dagli esordi presenta una linea trasgressiva ed anticipatoria, a cominciare dalla grafica di copertina, iniziando a restituire una certa consapevolezza e a infondere una nuova identità femminile, in contrapposizione ai giornali ben pensanti. Non vuole semplicemente intrattenere le donne e farle sognare. La rivista si articola in diverse rubriche che toccano temi abituali per il tipo di destinazione editoriale, ma anche argomenti di attualità<sup>24</sup>.

Nasce in gemellaggio con il francese *Elle* e si pone immediatamente come l'anti-*Grazia*, con intenzioni "aperte" e "moderne", ottenendo subito un buon successo di pubblico<sup>25</sup>.

Il primo direttore della rivista è Enrico Gramigna. Nutrendosi dell'esperien-

---

Guaraldi, Rimini-Firenze, 1975, p. 33.

<sup>22</sup> *Ibidem*, p. 36.

<sup>23</sup> Bochicchio - De Longis, *La stampa periodica femminile in Italia*, cit., p. 20.

<sup>24</sup> <http://www.leiweb.it/speciali/leielealtre/ilprogetto05.shtml>. URL consultato il 10/09/2014.

<sup>25</sup> Lilli, *La stampa femminile*, cit., p. 293.

za di giornalisti e redattori provenienti dal *Corriere della Sera*, del calibro di Alberto Moravia, Indro Montanelli e Oriana Fallaci, si presenta come una rivista attenta ai cambiamenti della società e si pone comunque all'avanguardia anche nel campo della moda. Questo settore sarà infatti quello preponderante in ogni numero. Il tutto all'insegna di una «scrittura alta»<sup>26</sup>, non fatta per la lettrice incolta.

La rivista include sin dai primi numeri la rubrica *Arredamento* che presenta le novità sugli stili della casa che vengono proposti, affiancata più tardi da *Amica. La casa pronta*. Più raramente presenta argomenti come il mobile antico, attraverso la rubrica *Con Amica alla mostra mercato dell'antiquariato*, o consigli pratici per la casa con *L'architetto vi consiglia*. Non mancano anche inserti che guardano all'architettura europea. È il caso della rubrica intitolata *Il giro d'Europa dell'arredamento*. Dal 1968 all'interno della rubrica *Casa mia* (una rubrica di consigli pratici sulla casa) appare *Il parere dell'architetto* con cui si danno consigli pratici e di gusto, contemporaneamente al diradarsi di *Arredamento*. Mentre la rubrica *Arredamento* è firmata da architetti come Sergio Mazza e Antonello Mosca, per quanto riguarda *Il parere dell'architetto*, non si fa riferimento ad un professionista in particolare.

La rubrica *Arredamento* è presente fin dall'inizio delle annate analizzate (1962-69) ma non la si ritrova in tutti i numeri.

Dal punto di vista delle rubriche di arredamento non si discosta molto dagli argomenti delle altre riviste prese in esame durante gli anni Sessanta. Ritornano i temi dell'unire antico e moderno, il bianco come colore preponderante, l'utilizzo di mobili divisori per un ambiente unico che deve svolgere più funzioni. Anche qui c'è uno sguardo verso l'arredamento straniero (in particolare

---

<sup>26</sup> AGNESE Maria Luisa, *50 anni con la voce di "Amica". Il femminile trasgressivo* in "Corriere della Sera", 15 novembre 2012, in [http://www.corriere.it/cronache/12\\_novembre\\_15/50-anni-voce-amica-femminile-trasgressivo-agnese\\_bafe1826-2f0e-11e2-8b0e-23b645a7417c.shtml](http://www.corriere.it/cronache/12_novembre_15/50-anni-voce-amica-femminile-trasgressivo-agnese_bafe1826-2f0e-11e2-8b0e-23b645a7417c.shtml). URL consultato il 26/11/2014.

del nord Europa). Presente è anche il tema della fuga dalla città attraverso la presentazione di baite alpine, ville di campagna o case al mare.

ANNABELLA. *Rivista di moda e attualità femminile*

Esce in edicola settimanalmente dal novembre 1938 al settembre 1984. È la continuazione di *Lei. Rivista di vita femminile*, che è costretta a cambiare nome dopo la campagna del regime fascista contro l'uso della terza persona. Il primo direttore è Filippo Piazzì. Importanti collaboratrici della rivista sono Brunella Gasperini e Natalia Aspesi. L'editore è Angelo Rizzoli, di Milano.

Grazie alla nuova tecnica di stampa in rotocalco su carta leggera, dando molto spazio alle immagini, in particolar modo fotografiche, la rivista ha un formato più grande ma un numero di pagine ridotto rispetto agli altri periodici. Questo permette ad *Annabella* di uscire in edicola ad un prezzo inferiore consentendone l'acquisto a un nuovo pubblico di casalinghe e lavoratrici del ceto medio, interessate ai problemi pratici della quotidianità, senza esigenze di approfondimento e analisi, ma che non vogliono rinunciare a svago e romanticismo<sup>27</sup>.

Secondo Laura Lilli è forse questa rivista la vera concorrente di *Amica*, proponendosi come apparentemente democratica, utilizzando a questo scopo la posta di Brunella Gasperini, che è forse la consigliera più amata e popolare dei settimanali femminili "borghesi", «e proprio per questo quella che più solidamente fa da baluardo al sistema delle tre K ("Kinder", "Küche", "Kirche": bambini, cucina, chiesa)»<sup>28</sup>.

Per quanto riguarda la mia ricerca ho preso in esame le annate 1952-67.

Fin dai primi numeri analizzati la rivista presenta una rubrica sull'arredamento chiamata *La vostra casa* che occupa solo una piccola parte della pagina e focalizza i suoi temi su un singolo oggetto o argomento per ciascun numero. Si

---

<sup>27</sup>Carrarini - Giordano, *Bibliografia dei periodici femminili lombardi (1786-1945)*, cit., p. 203.

<sup>28</sup>Lilli, *La stampa femminile*, cit., p. 296.

tratta soprattutto di consigli pratici sull'acquisto o sulla sistemazione di singoli mobili.

Dal 1954 viene sostituita da *L'esperta Edoarda*, paradigma della perfetta donna di casa, abile conoscitrice delle faccende domestiche. La nuova rubrica si occuperà sostanzialmente di consigli pratici per la massaia in materia di cucina, pulizia e cucito e solo raramente dedicherà le sue pagine agli interni domestici, impedendo la nascita di una vera e propria rubrica di arredamento. Soprattutto a partire dagli anni Sessanta è ricorrente il tema dello sfruttamento massimo del poco spazio disponibile negli alloggi. Per questo si offrono soluzioni pratiche o si presentano mobili multifunzionali per ovviare a tale problema. Molto presente, come in altre riviste, è il consiglio di "copiare" dalle immagini e dalle idee proposte nelle rubriche.

Sempre dagli anni Sessanta si infittisce la pubblicità di mobili, anche frutto dell'opera di importanti *designer*, all'interno delle rubriche, senza tralasciare ovviamente il nome del produttore. Permane come nelle altre riviste l'idea di accostare l'antico al moderno, forse in un tentativo di passaggio graduale al nuovo stile, tenendo conto anche delle scarse possibilità economiche per rivoluzionare interamente il proprio arredamento.

Dall'inizio degli anni Sessanta si aggiungono anche le rubriche *Annabella in casa* e *L'architetto* che convivono senza dimostrare alcuna differenza sostanziale né tra di loro né con *L'esperta Edoarda*.

Solo nel 1962, con l'introduzione de *Gli architetti di Annabella*, si può parlare di una rubrica di arredamento degna di questo nome. Per tutti gli anni Cinquanta, infatti, le rubriche sulla casa si erano occupate quasi esclusivamente di consigli utili alle donne in materia di compiti domestici. Solo sporadicamente si trovano servizi sugli interni o sui complementi d'arredo. Con questa nuova rubrica, invece, l'interesse per gli interni domestici e l'arredamento comincia a

diventare sistematica e sempre più presente sulle pagine del periodico.

Nel 1984 la rivista prenderà il nome di *Anna*, per poi cambiare ulteriormente il titolo in *A* nel 2006, e poi chiudere definitivamente i battenti nel 2013.

EVA. *Rivista per la donna italiana*, poi *Settimanale femminile di attualità*

La casa editrice è Vitagliano di Milano, specializzata nella produzione di rotocalchi, soprattutto cinematografici e femminili. La prima direttrice è Ottavia Vitagliano.

Esordisce in edicola il 15 aprile 1933 e chiuderà i battenti nel luglio 1969 per lasciare il posto ad *EVA-Express* che verrà stampato, sempre a cadenza settimanale, fino al 16 marzo 1995.

Le annate prese in esame vanno dal 1950 al 1967.

*Eva* si presenta fin dal primo numero come un giornale esclusivamente rivolto alle donne, con l'intento di aiutarle e sostenerle nel loro difficile ruolo di "madri, spose, lavoratrici"<sup>29</sup>.

Fin dai primi numeri analizzati la rivista presenta la rubrica *La tua casa, amica!* che occupa inizialmente solo degli specchietti per poi prendere sempre più spazio con l'avanzare delle uscite. Con *Le nostre attrici nella loro casa* la rivista va a svelare gli interni domestici delle persone di spettacolo dell'epoca, approfittandone per offrire notizie sui gusti e sulla vita privata dei personaggi intervistati.

Anche qui si ritrova fin dai primi numeri una certa attenzione per i mobili multifunzionali, evidentemente a causa della consapevolezza dei ridotti ambienti a disposizione della gran maggioranza delle lettrici. Il tema del calore domestico è spesso ricordato attraverso il richiamo di "angoli" e "caminetti" che incarnavano quel bisogno di intimità e rifugio all'interno della propria abitazione.

---

<sup>29</sup>Carrarini - Giordano, *Bibliografia dei periodici femminili lombardi (1786-1945)*, cit., p. 129.

C'è anche una discreta presenza di consigli pratici sul *bricolage*, per dare nuova vita ad antichi mobili e oggetti dimenticati magari nella polverosa soffitta, all'interno di quell'ottica del recupero e dell'anti-spreco dell'immediato dopoguerra.

Nonostante questo, cominciano anche ad apparire i modelli americani che portano le casalinghe italiane a sognare un drastico rinnovamento all'insegna della modernità nella loro casa.

Iniziano a venire proposte ad esempio nuove forme di illuminazione: al posto del grande e costoso lampadario a soffitto, sorgono lampade da parete, da terra, da tavolo e da comodino. Ogni angolo della casa sembra necessitare di un apposito tipo di illuminazione.

Dal 1957 *La tua casa, amica!* viene sostituita da *Mettiamo su casa insieme!*, una rubrica maggiormente destinata a rispondere ai quesiti delle lettrici in materia di arredamento.

Nel 1965 *Mettiamo su casa insieme!* lascia a sua volta il posto alla rubrica *Arredamento* che assume il ruolo di vetrina del gusto dell'epoca tralasciando i consigli pratici stimolati dalle richieste delle lettrici.

GIOIA! *Settimanale femminile di politica, attualità e cultura per le donne*

Nasce a Milano il 7 marzo 1937 edita da Rusconi. Escludendo la sospensione delle pubblicazioni negli anni 1944-45, resta in edicola fino al 7 febbraio 2006, per poi cambiare nome in *Gioia & Co.*, e dall'aprile 2008 in *Gioia*, nome con cui è tuttora in corso di pubblicazione.

Ho preso in esame le annate dal 1952 al 1967.

Nonostante la rivista inizi a trattare il tema fin dai primi numeri presi in considerazione, solo dal 1957 compare la rubrica specializzata *Arredamento*, anche se non è sempre presente.



Dall'inizio degli anni Sessanta aumenta la pubblicità redazionale anche di oggetti di alto *design*, oltre ad una certa attenzione per gli interni delle case straniere.

Nel 1962 *Gioia* ci presenta i grandi architetti italiani dedicando un servizio a testa a: Giò Ponti, Franco Albini, Vito Latis, Achille e Pier Giacomo Castiglioni, Enrico Peressutti, Ettore Sottsass e Paolo Tilche. Nasce inoltre la poco longeva rubrica *Le case firmate dall'architetto* dove vengono presentati interni domestici progettati da professionisti, all'insegna degli ultimi dettami del gusto corrente. Nel 1963 nasce la rubrica *Un architetto in casa* e l'anno dopo si presenta *Di negozio in negozio. L'architetto sceglie per voi*, dove vengono proposti gli oggetti di arredamento più in voga e confrontati tra loro in modo da offrire una proposta per tutti i gusti.

Dal 1966 sorge *Gioia per la casa*, la rubrica che da allora in avanti sostituirà tutte le precedenti in materia di arredamento. Viene affiancata anche da una nuova sezione chiamata *E ora parliamo con le lettrici* attraverso la quale si risponde ai vari quesiti che le lettrici appunto pongono alla rivista in materia di casa e arredamento. La rubrica diventa sempre più sostanziosa nel numero di pagine e presente in ogni edizione.

#### GRAZIA. *Un'amica al vostro fianco*

Nasce a Milano nel novembre 1938. Esce con cadenza settimanale per sostituire *Sovrana. Rivista mensile di vita scelta*, edita dal febbraio 1927 al novembre 1938.

Edita da Arnoldo Mondadori, e rivista di punta della casa editrice, negli anni cinquanta consolida il suo target di pubblico individuabile nelle lettrici medio borghesi che apprezzano la congiunzione di praticità ed eleganza incarnata dal periodico, senza trascurare l'alta moda che conferisce prestigio alla rivista.

*Grazia* non si impressiona per l'audacia di *Amica* e mantiene la sua linea di destinazione editoriale verso le donne di una borghesia agiata, molto poco desiderosa di cambiamento<sup>30</sup>.

Ho analizzato le annate comprese tra il 1950 e il 1969.

Fin dai primi numeri presi in esame si nota una particolare attenzione per l'arredamento. Lo spazio dedicato alla casa all'interno della rivista è molto più ampio rispetto a quello dedicatovi dai periodici coevi analizzati. La parte del testo è preponderante sulle immagini e la sua stesura è affidata alla competenza di architetti uomini, anziché esperte donne. Il taglio sembra risultare perciò molto più tecnico, con un occhio di riguardo per la funzionalità e il *design*, tralasciando, almeno per ora, i consigli pratici che si riscontrano nelle altre riviste.

L'impostazione risulta a tratti pedante e con sfumature di maschilismo legato probabilmente alla professionalizzazione dell'arredamento che in questo periodo coinvolge quasi esclusivamente gli uomini.

Dal 1950 compare *L'architetto risponde* che tuttavia non sarà sempre presente. Le pagine che si occupano di arredamento vengono sostituite dalla rubrica *Grazia in casa*, a sua volta scalzata da *Arredamento* a partire dal 1953.

Dall'inizio degli anni Sessanta comincia a notarsi un interesse per l'arredamento di case all'estero con appositi servizi dedicati alle case del nord Europa, piuttosto che allo stile inglese e agli immancabili modelli americani.

Già dal principio degli anni Sessanta si incominciano anche a trovare servizi su case di campagna o comunque nelle periferie delle città, come a voler alimentare un sentimento di evasione dalla realtà urbana che aveva stravolto la vita di molti italiani nel decennio precedente.

Vengono dati spesso suggerimenti su come "ingrandire" un piccolo alloggio sfruttandone al massimo lo spazio e su come rinnovare vecchi elementi d'arredo

---

<sup>30</sup>Lilli, *La stampa femminile*, cit., p. 295.

attraverso consigli pratici. Sul finire degli anni Sessanta si dà sempre più spazio agli appartamenti da una sola stanza, probabilmente simbolo di una società e una famiglia sempre più nuclearizzate, fino all'aumento del numero delle persone che vivono da sole. Si tratta di fenomeni legati alla continua urbanizzazione e ai nuovi lavori presenti soprattutto nelle grandi città.

Sempre più presente sulle pagine della rivista è la pubblicità redazionale, servizi sull'arredamento che oltre a consigliare stili e modelli indicano il prezzo e i punti vendita degli elementi d'arredo presentati.

## 3.2 Culture dell'abitare nell'Italia del dopoguerra

Come si possono interpretare le “culture dell'abitare” che si sviluppano in Italia nel dopoguerra? I punti di vista degli studiosi sono molti e non sempre vanno d'accordo tra loro.

Alessandra Muntoni sosteneva, in un saggio di parecchi anni fa, che nell'Italia del dopoguerra non esiste una «cultura della casa» o comunque una «moderna» cultura della casa come quella presente nei paesi anglosassoni o del centro e nord Europa. La tradizione urbanistica e architettonica italiana avrebbe privilegiato la città, la strada e la piazza piuttosto che lo spazio domestico. Il grande fenomeno di urbanizzazione del secondo dopoguerra avrebbe indirizzato la questione abitativa sul problema della costruzione di *alloggi* e non di *case*. Così l'edilizia pubblica si sarebbe concentrata sulla quantità e sulla economicità degli alloggi mentre quella privata avrebbe seguito le esigenze del mercato rivolgendosi alla *famiglia*, un'entità però ancora astratta sulla quale non esistevano studi sociologici precisi riguardo la sua evoluzione e le sue esigenze<sup>31</sup>.

---

<sup>31</sup>Muntoni, *Cultura della casa nell'Italia del dopoguerra*, cit., pp. 7-8.

Una conferma a tale ipotesi la possiamo trovare nello sguardo di un giornalista, che iniziava a lavorare in quegli anni, come Giorgio Bocca, il quale maturava all'inizio degli anni Sessanta una critica spietata alla cultura abitativa italiana dell'epoca: «Posti di fronte alla drammatica alternativa di Le Corbusier “architettura o rivoluzione” noi abbiamo scelto l'architettura, ma un'architettura all'italiana, riformistica, più apparenza che realtà, più simulazione del funzionale che funzionale autentico, il passato messo alla porta, ma le cose del passato sostituite male o non sostituite. Spariti i grandi armadi, le grandi cantine, i servizi da tavola in settantadue pezzi; scomparsi i salotti, i giardini, le robe vecchie dai solai, l'affezionata servitù, i *souvenirs* sentimentali, l'italiano agiato abita una casa che sembra escludere il passato e il futuro, la conservazione e la previdenza, anche se poi si adatta male al presente»<sup>32</sup>.

E concludeva così: «Un'Italia piena di case americanizzanti in contesti cittadini rimasti alle usanze e alla mentalità europee»<sup>33</sup>.

È sempre Bocca a sostenere l'esistenza di una diversa modalità di “ostentazione” tra l'italiano agiato e quello modesto. Se il primo infatti si concentra sugli aspetti interiori alla casa, il secondo punta tutto sull'esterno: «l'italiano modesto mette nella facciata della casa tutta la sua secolare sete di lusso, efficienza, ricchezza. Donde le facciate multicolori, piastrellate, scintillanti; le tinte violente, squillanti, cardinalizie»<sup>34</sup>.

Studi storici successivi però non sono d'accordo con questa prospettiva e non sottovalutano l'azione dell'italiano, anche modesto, all'interno dell'abitazione.

Silvio Lanaro ad esempio vede nel rinnovamento degli interni domestici un altro esempio di quella civiltà del consumo che nasce con il “miracolo”. Anche nelle case più umili «il vecchio tinello con i mobili in legno cede il posto al soggiorno-pranzo ricalcato sul *living* anglosassone e nobilitato da poltrone in po-

---

<sup>32</sup>Bocca, *La scoperta dell'Italia*, cit., p. 23.

<sup>33</sup>*Ibidem*.

<sup>34</sup>*Ibidem*, p. 24.

liuretano, la cucina abitabile viene sostituita da un vano compatto e funzionale e di dimensioni minuscole, il gabinetto da bagno munito di specchio e piastrelle relega fra le anticaglie l'incomodo cesso incastrato nel ballatoio»<sup>35</sup>.

Dal punto di vista dell'immaginario, secondo Casciato, l'unico modello di casa civile che gli italiani del dopoguerra abbiano conosciuto è quello della casa agiata. Le case dell'edilizia pubblica non riescono a imporsi come modello, restando nella concezione degli italiani delle case di serie B. Se non si poteva raggiungere questo modello all'esterno lo si poteva però fare dentro casa. Avviene così una vera e propria «enfattizzazione del superfluo». Se la cucina diventa sempre più moderna, il salotto assume un carattere sempre più rococò, dando vita all'industria del mobile "in stile"<sup>36</sup>.

Il tema dei mobili "in stile" lo ritroviamo in effetti in molti articoli delle riviste consultate. Una delle questioni più presenti è quella dell'accostamento tra antico e moderno. Spesso si propongono alle lettrici consigli su come riuscire a conciliare un arredamento classico con una casa nuova: «nell'arredare la vostra casa non abbiate timore di mescolare gli stili [perché] è proprio il dosato contrasto fra cose vecchie e nuove che [...] dà alla casa calore e personalità»<sup>37</sup>. Si consiglia anche di non rinunciare «all'acquisto di una poltrona o di una lampada modernissime per paura che "stonino" con il resto dell'arredo»<sup>38</sup>. Le riviste dimostrano al contempo di fare attenzione ai timori nutriti dalle lettrici riguardo al costo dei mobili in stile, offrendo loro la soluzione che oltre alla qualità tenga conto anche del prezzo<sup>39</sup>.

Analizzando le culture dell'abitare relative alle differenti classi sociali Victoria de Grazia sottolinea le differenze tra casa operaia e casa borghese nell'Europa

---

<sup>35</sup>Lanaro, *Storia dell'Italia repubblicana*, cit., pp. 244-245.

<sup>36</sup>CASCIATO Maristella, *L'abitazione e gli spazi domestici*, in MELOGRANI Piero, *La famiglia italiana dall'Ottocento ad oggi*, Laterza, Roma-Bari, 1988, p. 585.

<sup>37</sup>Accostiamo l'antico al moderno, "Annabella", n. 43, 1965, pp. 114-115.

<sup>38</sup>Le "novità" stanno bene accanto ai vecchi mobili, "Grazia", n. 851, 1957, pp. 68-69.

<sup>39</sup>La casa in stile allestita pezzo per pezzo, "Amica", n. 8, 1966, pp. 72-75.

del dopoguerra. Se la prima infatti appare relativamente aperta all'esterno, con i suoi vasti cortili, le donne che chiacchierano sulla soglia e i continui andirivieni tra interno ed esterno, quella borghese, al contrario, guarda verso l'interno, rivolta a una *privacy* familiare rispecchiata dalla sua stessa architettura<sup>40</sup>. Fino a tutti gli anni Cinquanta infatti, il modo di abitare si differenzia fortemente non solo tra città e campagna ma anche tra diverse classi sociali. Le famiglie che vivono in una casa di ringhiera nelle grandi città, ad esempio, sono continuamente sottoposte, oltre alle fatiche dovute alla mancanza di servizi, a una promiscuità e ad un continuo controllo da parte dei vicini di casa<sup>41</sup>.

Anche nella gestione della medesima tipologia di abitazione gli esponenti delle diverse classi sociali dimostrano una propria peculiarità. Come sostengono Barbagli e Kertzer infatti, nelle case popolari del dopoguerra, che inizialmente vengono occupate sia dai ceti medi impiegatizi che dagli operai, l'atteggiamento delle classi medie e quello delle classi operaie differisce per certi aspetti. Se i ceti medi infatti si ritrovano nel modello dei progettisti di una casa costituita da una cucina piccola, dedicata esclusivamente alla preparazione del cibo, sala da pranzo e salotto in un'unica stanza, due o più camere da letto e un bagno; le famiglie di classe operaia sono generalmente frustrate dal fatto di non poter mangiare in cucina<sup>42</sup>.

Secondo Scrivano si possono ritrovare anche elementi di discontinuità tra ante e dopoguerra nella ricostituzione dei concetti di vita pubblica e privata. Rispetto al mito delle masse fascista, la cittadinanza viene ora ridefinita simbolicamente in termini di domesticità, dotata di una vita sociale che passa maggiormente dal pubblico al privato. È forse qui che si può cominciare a vedere la nascita di quella "cultura della casa" che Muntoni diceva non esistere

---

<sup>40</sup>De Grazia, *L'impero irresistibile*, cit., pp. 446-447.

<sup>41</sup>Saraceno, *La famiglia: i paradossi della costruzione del privato*, cit., pp. 54-55.

<sup>42</sup>BARBAGLI Marzio, KERTZER David I., *Storia della famiglia in Europa. Il Novecento*, Laterza, Roma-Bari, 2005, p. 90.

nell'Italia del dopoguerra. Qui, forse, vengono messe le radici per tentare di raggiungere una moderna "cultura della casa". Cucina e soggiorno, infatti, cominciano a prendere il posto di cortili, strade e piazze. La famiglia è un punto di riferimento fondamentale per la concezione tradizionale della società italiana, anche per la presenza importante della Chiesa Cattolica che ne faceva il principale referente della sua politica. Ma con l'inizio degli anni Cinquanta anche la famiglia italiana si modifica. Cambiano i modi di vivere gli spazi domestici e la famiglia diventa sempre più privata e nucleare.

A metà anni Cinquanta iniziano a circolare nuovi modelli di domesticità. Riviste di settore come *Domus* pubblicizzano un'immagine moderna degli interni domestici, legata soprattutto alle nuove correnti del *design*. Saranno poi le riviste femminili a divulgare il nuovo gusto domestico tra le classi medie e medio-basse, anche se questa manovra editoriale sarà probabilmente più utile alla modifica dei desideri domestici piuttosto che nel cambiare effettivamente le realtà abitative dell'epoca<sup>43</sup>.

In effetti in alcuni casi troviamo riviste che promuovono oggetti di *design* che probabilmente risultano inaccessibili alla maggior parte delle lettrici. *Amica* nel 1962 dedica un articolo a Marco Zanuso in quanto "inventore della Lady", una poltrona che non poteva certo essere alla portata di tutte le tasche<sup>44</sup>. Nelle novità del 1967 *Eva* promuove oggetti di Ettore Sottsass, Enzo Mari e Bruno Munari, *designer* emergenti di quegli anni<sup>45</sup>. Anche *Gioia!* presenta nella rubrica *Di negozio in negozio* la lampada *Arco* dei fratelli Castiglioni e la poltrona *Wassily* disegnata da Marcel Breuer<sup>46</sup>.

Evidentemente la promozione di certi prodotti rappresenta più un tentativo di sostenere il *design* italiano (e non solo) e farlo conoscere. La pubblicità serviva

---

<sup>43</sup>Scrivano, *Signs of Americanization in Italian Domestic Life*, cit., pp. 323-325.

<sup>44</sup>Zanuso *l'inventore della "Lady"*, "Amica", n. 0, 1962, pp. 82-87; n. 4, 1962, pp. 62-67.

<sup>45</sup>*Le novità casa '67*, "Eva", n. 3, 1967, pp. 48-51; n. 4, 1967, pp. 70-73.

<sup>46</sup>*Di negozio in negozio*, "Gioia!", n. 45, 1964, pp. 78-83.

senza dubbio anche a mantenere in vita la rivista, ma raramente questi consigli, al contrario di altri, si sarebbero tradotti in veri elementi di novità nelle case degli italiani. Questo potrebbe essere un esempio di come gli architetti di allora avrebbero voluto rendere la nuova casa italiana, ma difficilmente una veritiera rappresentazione delle abitazioni dell'epoca.

Negli anni del *boom*, attraverso una maggiore capacità di consumo, la casa diventa la vetrina delle proprie possibilità economiche e del successo professionale raggiunto. Gli oggetti che l'arredano e lo stile utilizzato sono uno dei principali biglietti da visita della famiglia. Non è sufficiente però ostentare la propria ricchezza attraverso gli oggetti, è necessario anche conoscere gli ultimi stili e le novità del *design*. Nascono così nuove figure professionali o si affermano altre già esistenti che entrano sempre più di frequente nelle case degli italiani e che ritroviamo ad esempio nei film del periodo. L'architetto o l'arredatore divengono così non solo degli esperti nel loro settore ma soprattutto delle merci, oggetti di lusso anch'essi, da mostrare agli ospiti contribuendo alla affermazione dello *status* dei padroni di casa<sup>47</sup>.

Anche nelle riviste prese in esame il ruolo dell'architetto diventa sempre più pregnante e la sua figura professionale subisce una grande crescita di prestigio e allo stesso tempo di popolarità. Sempre più spesso troviamo architetti professionisti e non più le "esperte" dilettanti a fornire consigli pratici sulla gestione della casa e sull'arredamento. Sembra di scorgere una professionalizzazione dell'arredamento che va di pari passo con il nuovo interesse per la casa che cresce in quegli anni. *Amica* propone, a partire dal 1968, la rubrica *Il parere dell'architetto* per rispondere alle domande delle lettrici. *Annabella* si diverte a proporre un inserto con il quale presenta lo stesso appartamento arredato da tre architetti differenti<sup>48</sup>. *Gioia!* nel 1962 lancia la rubrica *Vi presentiamo i grandi architetti*

---

<sup>47</sup>Turnaturi, *Signore e signori d'Italia*, cit., p. 180.

<sup>48</sup>3 *architetti e 1 appartamento*, "Annabella", n. 40, 1966, pp. 74-83.



*italiani*, attraverso la quale offre delle brevi biografie di personaggi come Giò Ponti, Franco Albini e Ettore Sottsass.

Un importante elemento di quella che è stata chiamata “educazione al consumo” consiste nell’importazione del modello americano della casa suburbana. Tenuto conto della differente situazione abitativa presente in Italia, questo sistema inizia a funzionare attraverso la presentazione di modelli prefabbricati di case. Nel 1955 infatti, una mostra itinerante chiamata “Main Street, USA”, presenta alla *Fiera Campionaria* di Milano e alla *Fiera del Levante* di Bari due modelli di case prefabbricate, che esprimono uno sforzo diretto e mirato di “americanizzazione” dell’abitare. Entrambe le case comprendono cucina, frigorifero, lavatrice e asciugatrice, lavastoviglie, televisore e tutta una serie di piccoli elettrodomestici esemplari della cultura della casa statunitense. L’esposizione dimostra un’idea ottimistica dello sviluppo economico del dopoguerra che punta sugli effetti positivi della società del consumo, anche se risulta molto difficile valutare l’impatto che questi prototipi abbiano avuto sugli italiani dell’epoca<sup>49</sup>.

In realtà, come abbiamo già detto nel capitolo precedente, la situazione abitativa italiana di quegli anni sembra non essere in grado di accogliere il modello suburbano statunitense, tuttavia una certa tendenza alla promozione di casette prefabbricate, che facessero rivivere “in piccolo” il modello americano la si può ritrovare.

Nel 1960 *Annabella* include nelle proprie pagine un inserto in cui presenta quattro modelli di case prefabbricate, per chi desiderava «farsi una casetta in campagna», cercando di andare incontro a tutti i gusti e a tutte le tasche<sup>50</sup>. *Eva* presenta una villetta in stile “finlandese” che fra i tanti vantaggi che le vengono attribuiti comprende il basso prezzo, ossia quello «di un’automobile di media cilindrata», l’eventuale opzione di pagamento rateale, nonché l’impossibilità di

---

<sup>49</sup>Scrivano, *Signs of Americanization in Italian Domestic Life*, cit., pp. 329-330.

<sup>50</sup>*La villetta prefabbricata*, “Annabella”, n. 15, 1960, pp. 34-45.

essere tassata come immobile perché «potrete “montarla” in pochi giorni nel luogo da voi preferito: città, mare, montagna, campagna»<sup>51</sup>. Anche *Grazia* si occupa dell'argomento con *La casetta che costa un milione*<sup>52</sup>.

Nel secondo dopoguerra troviamo però anche una certa opposizione ai modelli abitativi americani, che proviene da architetti e intellettuali sia conservatori che progressisti. Si tratta di resistenze all'americanizzazione che si richiamano ad una vera o presunta specificità della modernizzazione all'italiana. Tuttavia l'impatto dei prototipi domestici americani sulla cultura architettonica italiana non deve essere sottovalutato. Nel processo di diffusione delle nuove idee provenienti da oltreoceano, la rivista *Domus* assume un ruolo centrale, sebbene si rivolga ben più agli architetti stessi che al pubblico dei consumatori. I concetti di componenti modulari, soluzioni a parete e a incasso iniziano a diventare familiari nelle case italiane, quantomeno quelle progettate dagli architetti. Questa tensione tra rigetto e assimilazione dei modelli americani caratterizzerà la vita quotidiana degli italiani degli anni Cinquanta e Sessanta, fino a risolversi in una più piena adesione al modello americano<sup>53</sup>.

Ancor più interessanti sono però, secondo Scrivano, le modalità con cui l'immaginario americano impoverisce e ridefinisce le gerarchie che governano la società italiana sfidando la divisione tra cultura alta e bassa, nonché i vecchi simboli delle distinzioni sociali, fino alla creazione del modello di una unica classe media<sup>54</sup>.

Anche Barbagli e Kertzer sostengono l'idea di una certa omogeneità sociale che va aggregandosi attorno ai nuovi ceti medi in sviluppo. Essi sottolineano come il XX secolo sia quello che maggiormente ha modificato le condizioni materiali e la vita familiare in Europa. L'abitazione si amplia e diventa più

---

<sup>51</sup> *La villetta finlandese*, "Eva", n. 33, 1966, pp. 34-43.

<sup>52</sup> *La casetta che costa un milione*, "Grazia", n. 896, 1958, pp. 94-99.

<sup>53</sup> Scrivano, *Signs of Americanization in Italian Domestic Life*, cit., pp. 334-335.

<sup>54</sup> *Ibidem*, p. 336.

efficiente. La sua produzione standardizzata, inoltre, porta a una crescente omogeneizzazione degli stili di vita fra i vari Stati e regioni, fra aree urbane e rurali e fra le differenti classi sociali<sup>55</sup>.

Enrica Asquer, dal canto suo, vede la situazione in maniera più complessa. Ci parla infatti di differenti “cetimedità” che caratterizzano il periodo successivo al “miracolo”. La sobrietà contro l’ostentazione, la parsimonia contro il consumismo e un uso quotidiano degli oggetti piuttosto che un loro uso rituale dimostra che non esiste una regola precisa di comportamento all’interno dei ceti medi, che possono attingere - in vari casi e contesti - da un aspetto piuttosto che da un altro. Essi possono ricercare la tradizione in certi contesti e guardare verso la modernità e l’innovazione per altri aspetti, «non esiste un’unica freccia del cambiamento, così come non esistono nette appartenenze all’una o all’altra cultura»<sup>56</sup>. Inizieranno così a convivere all’interno dei prodotti rivolti alla classe media, quelli di fascia alta, quelli di fascia media e quelli di fascia bassa, dimostrando l’inesistenza di una completa omogeneizzazione culturale, ed anche economica.

Laura Minestroni ritrova nelle ricostruzioni domestiche proposte da Carosello una distinzione tra casa borghese, tradizionale e casa moderna, giovane. La prima è ancorata a un certo “decoro domestico” e a elementi di rappresentanza, la seconda più votata alla funzionalità e al *comfort*. Questa convivenza di due culture dell’abitare nel nostro paese conferma l’esistere al contempo di una cultura *pre-boom* del dopoguerra, conservatrice, rigida e un po’ bigotta, e di una cultura emergente, sprovvincializzata, modernizzata e meccanizzata<sup>57</sup>.

Anche questo sembra dimostrare la necessità di un ridimensionamento di

---

<sup>55</sup>Barbagli - Kertzer, *Storia della famiglia in Europa*, cit., p. 76.

<sup>56</sup>ASQUER Enrica, *Rompere senza far rumore. Famiglie dei ceti medi a cavallo del 1968 (Cagliari e Milano)*, in ASQUER Enrica, CASALINI Maria, DI BIAGIO Anna, GINSBORG Paul, *Famiglie del Novecento*, Carocci, Roma, 2010, p. 229.

<sup>57</sup>MINESTRONI Laura, *Casa dolce casa. Storia dello spazio domestico tra pubblicità e società*, Franco Angeli, Milano, 1996, p. 46.

quell'idea per cui con il *boom* economico si inizia a parlare di un unico ceto medio con una sua peculiare cultura caratterizzata principalmente dal consumismo e dall'inseguimento del mito americano.

Un altro esempio delle differenti culture dell'abitare, e dell'utilizzo degli interni domestici, tra i ceti medi degli anni Cinquanta e Sessanta lo ritroviamo nelle interviste svolte da Enrica Asquer in un suo recente lavoro<sup>58</sup>. Se in una delle case degli intervistati, appartenenti alla classe media milanese, infatti, quella di Aldo e Maria, la sala è la prima stanza che si incontra, quella dove avviene l'intervista<sup>59</sup>, nello stesso condominio, in casa di Lorella G., la disposizione delle stanze si presenta in modo decisamente diverso. La prima stanza dopo l'ingresso è destinata allo studio di una delle figlie e la stanza dove si pranza e si cena, dove si invitano gli ospiti, e dove la stessa intervista viene effettuata è questa volta la cucina. Qui la sala si trova nello spazio più interno della casa, riparato da sguardi esterni e dai giochi dei nipoti, a rappresentare una sorta di «nido personale». Per loro «la sala era più un soggiorno», dove si viveva e si guardava la televisione<sup>60</sup>.

In un'altra casa, quella di Eugenio e Clara, il salotto viene considerato come una stanza inutile che viene arredata in modo approssimativo. Anche quando le possibilità economiche permettono di sistemarlo più seriamente, la scelta su come investire il denaro ricade invece sull'acquisto dell'automobile, perché «con il mobile della sala non si va a spasso!»<sup>61</sup>. Qui la sala viene allestita in una piccola stanza all'interno della zona notte, per ospitare un figlio che sarebbe arrivato molto più tardi.

La casa di Eugenio e Clara, in contrapposizione a quella dei più anziani Aldo e Maria, rappresenta quella trasformazione della cultura domestica che

---

<sup>58</sup>Asquer, *Storia intima dei ceti medi*, cit.

<sup>59</sup>*Ibidem*, pp. 43-44.

<sup>60</sup>*Ibidem*, pp. 49-50.

<sup>61</sup>*Ibidem*, p. 51.

negli anni Sessanta avrebbe coinvolto le giovani coppie dei ceti medi milanesi. La nuova generazione dimostra di avere nuovi bisogni e nuove priorità, etichettando la cultura domestica dei genitori come quella dei “gingilli”, di quegli inutili orpelli che non venivano utilizzati nella vita quotidiana.

Il 30 ottobre 1963 la trasmissione Rai *Vivere insieme*, trasmette una puntata intitolata *I cari mobili*. Vi si racconta della vicenda di un giovane, che avendo fatto una rapida carriera lavorativa, decide di regalare ai propri genitori un piccolo appartamento arredato all’ultima moda. Il padre si oppone al regalo del figlio per l’attaccamento che provava per quei mobili con cui pian piano, assieme alla moglie, era riuscito ad arredare la sua casa. A cercare di far da paciere ci pensa la madre, che ricorda al marito che, anche se non poteva dimenticare gli sforzi fatti per potersi permettere il mobilio, non poteva nemmeno provare nostalgia, ad esempio, per quella camera da letto in cui aveva dato alla luce suo figlio attraverso interminabili doglie<sup>62</sup>.

È questo un esempio lampante di quel cambiamento che avviene nella casa del dopoguerra in Europa, e in Italia e Germania Ovest in particolar modo. Si tratta anche della dimostrazione di una incomprensione da parte della nuova generazione verso le difficoltà passate dai genitori per raggiungere la tanto agognata casa in proprietà, o comunque una realtà abitativa confortevole, e allo stesso tempo un esempio di conservatorismo proprio da parte di quella generazione che tanto aveva sofferto e che ora durante gli anni del *boom* può approfittare di un benessere mai provato prima. D’altro canto una voce in parte contraria a questo atteggiamento di innovazione a tutti i costi ci arriva da un articolo de “Il mobile”, una rivista fondata nel 1957 con l’intento di difendere la tradizione dell’artigianato mobiliere italiano: «Il lettone lombardo [...] era l’invito al riposo e l’auspicio della immanenza della famiglia; passava dai genitori ai figli quando questi si sposavano, col vincolo di una eredità intangibile e inalienabile.

---

<sup>62</sup>Asquer, *Domesticità italiane*, cit., pp. 77-78.

“Qui sei nato tu, qui dovrà nascere tuo figlio; qui il figlio di tuo figlio; finché questo legno, che prima di me ha vissuto due o tre secoli, saprà tener saldi gli anelli della nostra gente nei tempi dei tempi”»<sup>63</sup>.

Come abbiamo visto le differenti culture dell’abitare, oltre che legate all’appartenenza di classe, o alle differenze tra città e campagna, risultano essere anche dovute a fattori generazionali, geografici, o a semplici gusti o attitudini che negli anni Cinquanta e Sessanta hanno maggiori possibilità di espressione. Abbiamo infatti notato che case uguali destinate a ceti sociali differenti vengono utilizzate in modo diverso. Gli stessi interni domestici non sono adoperati alla stessa maniera da famiglie di generazioni differenti o di diversa provenienza geografica. Ma anche dove queste differenze mancano possiamo trovare comunque un diverso utilizzo degli spazi, nonché una differente concezione dei singoli locali. Bisogna perciò guardare ancora una volta a quelle generazioni come appartenenti ad un fenomeno complesso e difficilmente stigmatizzabile in una completa omogeneità culturale. Per tutti i motivi che abbiamo presentato è quindi forse meglio pensare alla cultura in generale, e a quella abitativa in particolare, in termini plurali, in modo tale da riconoscerne le differenze e le peculiarità espresse, per cercare di cogliere tutte quelle sfumature che per troppo tempo sono passate inosservate.

### 3.3 L’avvento degli elettrodomestici

Alla IV *Esposizione delle Arti Decorative e Industriali* di Monza del 1930, viene presentata la “casa elettrica”, un progetto di abitazione che tiene conto di tutte le ultime novità tecnologiche, incluso il campo degli elettrodomestici, anche se ad un prezzo sicuramente inaccessibile ai più. Gli ideatori sono dei giovanissimi

---

<sup>63</sup>Il vagabondo, *Mobili massicci di una gente quadrata*, “Il Mobile”, 4, 1962, n. 5, 10 marzo, p. 3. Riportato in Asquer, *Domesticità italiane*, cit., p. 89.

architetti milanesi che fanno parte del *Gruppo 7*, tra cui Luigi Figini, Gino Pollini, Guido Frette e Adalberto Libera<sup>64</sup>. La mostra si presenta molto in anticipo sui tempi rispetto alla realtà abitativa italiana.

Già nell'immediato dopoguerra, infatti, nelle case degli americani, sono presenti elettrodomestici che in Europa non arriveranno prima del decennio successivo. Anche la loro diffusione sarà molto più lenta e diradata. Gli elettrodomestici americani poi, presentano dimensioni superiori rispetto ai loro omologhi europei, grazie a una maggiore disponibilità di spazi a confronto delle case del vecchio continente. Inoltre sono molto più avanzati a livello tecnologico<sup>65</sup>.

Le riviste femminili degli anni Cinquanta e Sessanta però guardano spesso al modello americano, seppur con la consapevolezza dell'impossibilità di raggiungerlo, almeno per ora. In un articolo di *Annabella* del 1964 si legge a proposito che «le case delle massaie d'America, invidiatissime dalle europee, richiedono il minimo sforzo per pulire e cucinare grazie alla quantità e alla perfezione delle loro macchine elettriche. Questo grado di “comfort” è, per il momento, ancora troppo costoso per le nostre padrone di casa, tuttavia le ultime notizie in materia sono affascinanti e certamente molto piacevoli»<sup>66</sup>.

Un'inchiesta Doxa del 1958 afferma che la diffusione degli elettrodomestici in Italia dipende sostanzialmente da tre fattori:

- La classe sociale e la disponibilità di reddito
- La grandezza del comune di residenza, a dimostrazione del fatto che questi facevano parte di una “moderna cultura urbana”
- Le grandi suddivisioni geografiche nazionali, con il nord in testa rispetto al resto del paese<sup>67</sup>

---

<sup>64</sup>FARAVELLI GIACOBONE Tersilla, GUIDI Paola, PANSERA Anty, *Dalla casa elettrica alla casa elettronica*, Arcadia, Milano, 1989, p. 36.

<sup>65</sup>*Ibidem*, p. 46.

<sup>66</sup>*La casa elettrica*, “Annabella”, n. 10, 1964, p. 32.

<sup>67</sup>SCARPELLINI Emanuela, *Alimentazione e cucina: i consumi quotidiani del dopoguerra*

L'ingresso degli elettrodomestici nelle case degli italiani non avviene certo in punta di piedi, ma è comunque un processo lento, che non corrisponde immediatamente all'immagine delle abitazioni che venivano presentate alle lettrici delle riviste. Il tentativo sembra essere quello di modificare l'immaginario dell'abitazione che gli italiani possiedono in quegli anni. La presenza di elettrodomestici nelle rubriche dedicate è ancora molto sbilanciata rispetto al loro affermarsi nelle case italiane.

A proposito del ruolo delle riviste nella presentazione di una nuova immagine della casa attraverso l'avvento degli elettrodomestici, nel 1955 *Gioia!* si occupa del XXIV *Salon des Arts ménagers*, la fiera annuale che Parigi dedica alla casa. Nel testo si legge che «la casa dell'avvenire è tutta elettrificata, tutta un arcobaleno». La sintesi della mostra sembra più un racconto di fantascienza che un'esposizione di apparecchi che presto sarebbero entrati nelle case degli italiani. Per la cucina vengono proposti «un reparto forno e fornello, frigorifero, la macchina per lavare i piatti, quella per asciugarli, *boiler* e frullini vari». Se questi elementi sono ancora lontani dal raggiungere un vasto pubblico nel nostro paese, inizieranno però comunque a prendere piede sul mercato negli anni successivi; la stessa cosa non si può dire per quanto riguarda la camera da letto. Qui si parla addirittura di «un dispositivo sistemato sotto il letto [che] tiene illuminato il pavimento come un “cammino” di luce», inoltre, «sulla parete di fronte al letto, un quadro televisivo permette di controllare il sonno dei bambini nella camera accanto». Viene citata anche una «lampada germicida per la stanza da bagno».

Fra gli elettrodomestici presentati alla mostra parigina troviamo anche «il radiatore elettrico di proporzioni minime», «il “trita-tutto” elettrico», «la pentola a pressione» e «l'originale aspirapolvere a tripla spazzola». Per conclu-

---

tra cultura e industrializzazione, in SCARPELLINI Emanuela (a cura di), *I consumi della vita quotidiana*, Il Mulino, Bologna, 2013, p. 24.



dere la rassegna fantascientifica si parla perfino de «l'apparecchio per l'aria condizionata»<sup>68</sup>.

Un altro esempio lo ritroviamo nella trentunesima edizione con il primo esemplare di frigorifero-radio, dove l'apparecchio ricevitore si trova incorporato nello sportello<sup>69</sup>.

Anche in Italia non mancano questi tipi di mostre avveniristiche. Nel 1956, alla XXXIV *Fiera Campionaria* di Milano, i visitatori possono trovare una “sveglia luminosa” che proietta l'orario sul soffitto piuttosto che uno spazzolino da denti elettrico<sup>70</sup>. L'anno successivo viene addirittura presentato l'“alibifono”, l'antenato della segreteria telefonica, che permetteva già allora di registrare un breve messaggio su nastro, quando non si era in casa<sup>71</sup>.

Oltre a promuovere le ultime innovazioni presentate alle varie rassegne, le riviste a volte si occupano di selezionare alcuni modelli di elettrodomestici e compararli, elencandone caratteristiche e prezzi in modo da aiutare le lettrici ad orientarsi nell'acquisto del prodotto in questione. Nel 1967 *Eva* comincia “La più vasta inchiesta realizzata fino ad oggi sugli elettrodomestici” visto che «non c'è donna infatti che non sia disposta a fare qualche piccolo sacrificio finanziario pur di assicurarsi questo aiuto prezioso». Il primo numero è dedicato alla lavastoviglie - un elettrodomestico che in realtà tarderà ad arrivare nella maggior parte delle cucine italiane - in quanto «è forse quella che le donne sognano di più e non osano spesso avvicinare ritenendola, a torto, inaccessibile»<sup>72</sup>. La rivista si occuperà poi del frigorifero<sup>73</sup>, del boiler<sup>74</sup>, e infine dell'aspirapolvere, «insostituibile apparecchio» che viene presentato come una «specie di magico

---

<sup>68</sup> *La casa dell'avvenire*, “Gioia!”, n. 10, 1955, p. 35.

<sup>69</sup> *Diventerà un gioco fare la padrona di casa*, “Gioia!”, n. 11, 1962, pp. 50-51.

<sup>70</sup> *Il paradiso delle massaie*, “Gioia!”, n. 18, 1956, pp. 43-44.

<sup>71</sup> *Piacciono soprattutto alle donne*, “Gioia!”, n. 17, 1957, pp. 50-51.

<sup>72</sup> *Eva vi aiuta a scegliere la lavastoviglie*, “Eva”, n. 8, 1967, pp. 72-75.

<sup>73</sup> *Eva vi aiuta a scegliere il frigorifero*, “Eva”, n. 9, 1967, pp. 50-53.

<sup>74</sup> *Eva vi aiuta a scegliere lo scaldacqua*, “Eva”, n. 10, 1967, pp. 70-71.

“aiutante” [che facilita] una pulizia rapida e totale»<sup>75</sup>.

Una delle tecniche utilizzate dalle riviste femminili mirate alla promozione degli elettrodomestici sono i concorsi a premi. Nel 1958, per festeggiare i suoi venticinque anni di età, la rivista *Eva* lancia il “concorso Eva-FIAT”. In palio, per le lettrici che spediranno gli appositi tagliandi presenti nella rivista, ci sono tre frigoriferi FIAT della capacità di 120 litri e del valore di 95.000 lire e tre lavabiancheria FIAT modello 350 del valore di 150.000 lire, «un modello economico che mette alla portata di migliaia di famiglie l'apparecchio che fa il bucato da sé»<sup>76</sup>.

Nello stesso anno *Gioia!* pubblica il “Grande concorso Gioia-Radio Marelli. I premi, tutti marchiati Radio Marelli, possono consistere in una radio, un televisore, una lavatrice o un frigorifero. Per partecipare all'estrazione, “le lettrici e i lettori di *Gioia!*”, devono compilare una scheda da inviare alla redazione della rivista, rispondendo SI o NO a tre domande preformulate. Le domande possono essere del genere: “il successo nella vita è dovuto alla fortuna o no?” oppure “può essere felice un matrimonio se la donna è maggiore di cinque anni?” e ancora “a diciassette anni una ragazza può uscire sola la sera?”<sup>77</sup>. Evidentemente si tratta di un sondaggio sui costumi degli italiani mascherato da concorso a premi.

È sempre *Gioia!* a lanciare, nel 1964, il “Grande concorso caccia all'errore!” in collaborazione con AEG. Chi avesse indovinato la giusta didascalia, fra tre possibilità, di una fotografia pubblicata appositamente, avrebbe potuto partecipare al concorso che metteva in palio elettrodomestici del marchio tedesco, tra cui una lavatrice, un aspirapolvere, un frullatore, un ferro da stiro<sup>78</sup>.

«Eccovi una visione del paese delle fate: ma non si tratta di una fiaba, è realtà, una straordinaria realtà per la donna di oggi. La massaia (triste nome

---

<sup>75</sup> *Eva vi aiuta a scegliere l'aspirapolvere*, “Eva”, n. 11, 1967, pp. 66-67.

<sup>76</sup> *Concorso Eva-FIAT*, “Eva”, n. 20, 1958, pp. 2-3.

<sup>77</sup> *Le domande che scottano*, “Gioia!”, n. 16, 1958, pp. 8-9.

<sup>78</sup> *Grande concorso caccia all'errore!*, “Gioia!”, n. 42, 1964, pp. 74-77.

che faceva immaginare giovani spose sempre alle prese con la scopa, lo strofinaccio, la mezzaluna per tritare le verdure e per sfuggire alle insidie della cucina) è diventata una signora fresca e serena che passa molte ore al giorno così, in poltrona, a leggere, riposare, ascoltare la radio o sferruzzare tranquillamente: tanto il “ménage” va avanti da solo. Sembra un miracolo: il miracolo dell’elettricità. Sbucciaverdure, frullino, macchine da cucire, lavatrice, aspirapolvere hanno deciso che la donna non sarà più la domestica della sua casa, ma davvero la signora».

È con questa ottimistica quanto poco realistica visione che *Gioia!* dipinge, nel 1956, la moderna casa italiana e la relativa padrona. In un articolo intitolato “signore, riposatevi, questi apparecchi lavorano per voi” la rivista presenta svariate novità nell’ambito degli elettrodomestici, molte delle quali, avranno spazio nelle case degli italiani solo dopo alcuni decenni. Si parla infatti di termocoperte, ferri da stiro elettrici a vapore, asciugapanni elettrici in tubo di metallo, bollitori elettrici. Piccoli elettrodomestici che spesso, anche senza presentare un costo eccessivo, per diversi motivi riusciranno raramente a trovare spazio nelle case degli italiani dell’epoca<sup>79</sup>.

Una testimonianza dell’arrivo degli elettrodomestici nelle case italiane ce la offre Renza C., nata a Peschiera del Garda nel 1929, che ci racconta: «quando mi sono sposata nel 1951, la cucina era sempre uno stanzone grande con una stufa con i cerchi, un camino e la macchina da cucire [...] Dal ’59 in cucina trovò spazio anche la televisione [...] Il frigorifero Ignis è stato il mio primo elettrodomestico acquistato negli anni Cinquanta [...] Per pulire dal ’61 avevo il Folletto [...] Il forno elettrico è arrivato negli stessi anni, lo usavo soprattutto per preparare i dolci. [...] Il frigorifero è stata una conquista importante che però ha creato dissapori in famiglia perché mia suocera che non l’aveva era

---

<sup>79</sup> *Signore, riposatevi, questi apparecchi lavorano per voi*, “Gioia!”, n. 12, 1956, pp. 42-43.

invidiosa»<sup>80</sup>.

Le riviste femminili che all'epoca inneggiavano all'introduzione massiva degli elettrodomestici al grido di "motorizziamo la massaia"<sup>81</sup>, erano ben lontane dalla realtà abitativa di quegli anni. Alla fine della guerra in Italia, per tenere fresco il burro d'estate si è soliti lasciarlo nel lavandino sotto un filo d'acqua del rubinetto. Per mantenere il resto del cibo si utilizza una dispensa situata in un luogo fresco oppure la ghiacciaia. I frigoriferi elettrici vengono prodotti in poche migliaia di unità. Nessuno si sarebbe potuto immaginare allora che nel 1970 l'Italia, con 5.200.000 esemplari realizzati, sarebbe diventato il maggiore produttore mondiale di frigoriferi insieme agli Stati Uniti. Nel 1958 solo il 6% delle famiglie italiane possiedono il frigorifero, nel 1960 saranno già quasi il doppio, per poi raggiungere quasi la saturazione del mercato alla fine degli anni Settanta<sup>82</sup>.

La rivoluzione in questo settore la compie Giovanni Borghi, il più intraprendente dei figli di Guido Borghi, titolare delle Officine Ignis di Comerio, sul lago di Varese. Borghi pensa per il mercato italiano ed europeo frigoriferi di dimensioni più compatte e squadrate al posto degli enormi e bombati elettrodomestici statunitensi. Puntando sulla produzione a catena di montaggio rispetto a quella artigianale permette inoltre di ridurre drasticamente i costi di produzione e di conseguenza i prezzi di vendita<sup>83</sup>. La Ignis sarà la prima ad introdurre innovazioni quali il freon come gas frigorifero al posto dell'ammoniaca, il compressore con termostato che permette una riduzione del consumo di energia elettrica e soprattutto il poliuretano espanso al posto della fibra di vetro come isolante, che a parità di dimensioni permette una capacità del 15-20% in più. È solo con

---

<sup>80</sup>Intervista a Renza C., nata a Peschiera del Garda il 20 dicembre 1929, realizzata da Elena Pala, agosto 2012. Riportato in Scarpellini, *Alimentazione e cucina*, cit., pp. 32-33.

<sup>81</sup>*Motorizziamo la massaia*, "Grazia", n. 516, 1951, pp. 20-21.

<sup>82</sup>Faravelli Giacobone - Guidi - Pansera, *Dalla casa elettrica alla casa elettronica*, cit., pp. 52-54.

<sup>83</sup>*Ibidem*, p. 54.

l'introduzione di queste novità che il frigorifero comincia a diventare accessibile anche alle classi meno abbienti iniziando a caratterizzare anche le case operaie<sup>84</sup>.

Siamo sempre nell'immediato dopoguerra quando le industrie di Eden Fumagalli, che inizialmente si occupavano di strumenti per macchine utensili ad alta precisione, cominciano, con l'aiuto dei figli, uno dei quali aveva avuto modo di osservare la produzione di lavabiancheria negli Stati Uniti, ad occuparsi del lavaggio elettrico. La signora Pina, la moglie di Eden sarà la prima a dare il suo verdetto favorevole dopo i test della lavabiancheria: «Ma la lava propi ben!»<sup>85</sup>. La prima fabbrica di lavatrici e lavastoviglie nasce così a Monza grazie all'approvazione di una casalinga d'eccellenza. Già a partire dal 1947 vengono prodotte trenta lavabiancheria al mese. Queste vengono chiamate Candy, una parola che ricorda a Enzo, uno dei figli di Eden, una canzone americana arrivata in Italia con le truppe alleate. L'idea di Eden Fumagalli è quella di creare un'alternativa alle macchine americane, grandi e non troppo funzionali, e a quelle tedesche pesanti e costose, ossia una macchina italiana a buon prezzo. Nasce così nel 1957 la Candy Bi-matic che mostra un notevole successo in patria ma che si dimostra anche pronta all'esportazione<sup>86</sup>. Con la Candy Bi-Matic la biancheria sporca viene introdotta dall'alto in una sorta di cestello aperto, al cui interno delle pale inclinate girano il bucato. Fatto questo si prende il tutto (ancora gocciolante) e lo si passa in un altro cestello più piccolo, dotato di coperchio, che sciacqua, centrifuga e asciuga. Quello che sembrava essere un grosso lavello da cucina riusciva a pulire 4 Kg di biancheria in 7 minuti<sup>87</sup>.

È questa l'epoca di quegli imprenditori che partendo dal basso si fanno spazio a livello internazionale specializzandosi nella produzione di un determinato prodotto. Oltre ai Fumagalli della Brianza, o ai Giovanni Borghi di Comerio,

---

<sup>84</sup>*Ibidem*, pp. 54-57.

<sup>85</sup>*Ibidem*, p. 61.

<sup>86</sup>*Ibidem*, p. 62.

<sup>87</sup>Minestrone, *Casa dolce casa*, cit., p. 26.

si fanno strada gli elettrodomestici Zoppas di Conegliano Veneto, quelli di Lino Zanussi a Pordenone e di Aristide Merloni nelle Marche<sup>88</sup>. Sono loro che contribuiscono in modo fondamentale alla creazione di quei «servitori spesso muti, o nella peggiore delle ipotesi solo ronzanti o sussurranti, pronti ad aiutarci nei migliori dei modi»<sup>89</sup>. Negli anni Sessanta la Candy ha l'idea di pubblicare un periodico dal titolo *Il mastello*, per rivolgersi ai propri clienti. Dalle pagine che i lettori scrivono all'azienda, e che vengono poi pubblicate sul giornale, si legge un forte sentimento di gratitudine per la creazione del nuovo prodotto. Le casalinghe sono così soddisfatte da inventarsi addirittura delle filastrocche dedicate alla lavatrice. Una signora romana rivolgendosi direttamente alla lavabiancheria scrive: «Quando lavi, sciacqui e asciughi – sbrigo allegra altre faccende – lavo in terra, faccio i sughi – metto in sesto oggetti e tende»<sup>90</sup>.

Sono queste testimonianze che dimostrano la vera rivoluzione introdotta dalla lavabiancheria nelle vite delle massaie italiane. Nel 1967 il quotidiano *Il Giorno* rivela che nell'arco di una settimana la casalinga risparmia 17 ore e mezza di fatica fisica, che nell'arco di un'intera vita diventano sette anni di riposo<sup>91</sup>.

Questo sentimento di gratitudine da parte delle clienti viene utilizzato nella strategia pubblicitaria dell'azienda. Un manifesto del 1962 presenta, oltre al motto che diventerà celebre, “grazie, Candy!”, l'impronta del rossetto lasciata da un bacio accanto all'oblò della lavabiancheria, accompagnato dallo slogan: “la lavatrice che si fa voler bene”<sup>92</sup>.

Nello stesso anno un ciclo di caroselli racconta le avventure di *Tic*, *l'Automa Perfetto*, una sorta di robot-cameriera che fa la spesa, stira, serve in tavola. Ma quando questo si offre di fare anche il bucato, la brava casalinga risponde: «No,

---

<sup>88</sup>Scarpellini, *Alimentazione e cucina*, cit., p. 25.

<sup>89</sup>*La casa elettrica*, “Annabella”, n. 10, 1954, p. 32.

<sup>90</sup>Faravelli Giacobone - Guidi - Pansera, *Dalla casa elettrica alla casa elettronica*, cit., p. 65.

<sup>91</sup>*Ibidem*.

<sup>92</sup>*Ibidem*.

grazie! In casa c'è sempre pronto ai miei comandi chi lo fa meglio di te. E a lei dico: grazie, Candy!»<sup>93</sup>.

La lavatrice sembra essere l'elettrodomestico più desiderato dalle donne degli anni Cinquanta e Sessanta. Ce lo dimostra la testimonianza di Maria, una delle protagoniste del romanzo antropologico di Pitkin. Quando le figlie di Giacomo e Maria iniziano ad andare a scuola, la donna si trova da sola a sbrigare le faccende domestiche. «Senza l'aiuto delle due ragazze Maria trovò che fare il bucato diventava sempre più faticoso, eppure ora più che mai era importante che i vestiti fossero freschi e puliti, perché non voleva che la gente spettegolasse sull'aspetto dei suoi figli. Maria non avrebbe mai pensato che sarebbe arrivato un giorno in cui avrebbe desiderato una lavatrice»<sup>94</sup>.

Anche qui si può ritrovare quel sentimento di gratitudine e di sollievo che la lavabiancheria suscita nelle massaie dell'epoca come si è visto dalla pubblicità della Candy. Anche Maria non può che essere grata a quell'oggetto che le risparmierà parecchia fatica negli anni a venire: «I primi giorni aspettava accanto alla macchina, dopo averla caricata e spinto l'interruttore di accensione. Sembrava un miracolo che una scatola goffa e rumorosa potesse fare tre ore di faticoso lavoro in mezz'ora. La toccava con amore, come se fosse un'amica»<sup>95</sup>.

Il ricordo del bucato sembra essere sempre legato alla fatica provocata dalle molte azioni da svolgere, mentre la lavatrice di conseguenza si presenta come la macchina che risolve il problema. Anna ci racconta la sua esperienza: «No, io mi ricordo la lavatrice! E caspita! Mia mamma, mi ricordo, faceva i bucati di due giorni! Metteva a bagno, con le lenzuola, mamma! Poi aveva sempre mal di schiena per giorni, poi il giorno dopo li metteva a bagno, poi metteva la soda, mamma mia!»<sup>96</sup>.

---

<sup>93</sup>Minestroni, *Casa dolce casa*, cit., p. 111.

<sup>94</sup>Pitkin, *La casa che Giacomo costruì*, cit., p. 219.

<sup>95</sup>*Ibidem*, p. 221.

<sup>96</sup>Asquer, *Storia intima dei ceti medi*, cit., p. 59.

Enrica Asquer, che ha dato un contributo importante alla storia sociale della lavatrice, si sofferma sull'importanza che l'attività del bucato svolgeva prima dell'arrivo della lavabiancheria. Secondo lei il bucato assume importanza in un'ottica di socialità femminile in quanto è stato a lungo un'operazione tutt'altro che casalinga. Le donne si ritrovavano nei cortili interni o ai lavatoi pubblici per svolgere le singole operazioni che la lunga procedura prevedeva. In questi luoghi avevano modo di incontrarsi, di conoscere fatti, di scambiarsi opinioni. Attraverso il mestiere della lavandaia inoltre si poteva avere a che fare con la biancheria di altri ceti sociali, e di conseguenza di conoscerne le abitudini, in una sorta di contatto indiretto con classi sociali differenti. Il bucato diventa quindi, tra le classi popolari, l'emblema di una domesticità aperta alla socialità e non confinata entro le mura di casa<sup>97</sup>.

È ancora una volta Pitkin, attraverso l'esperienza di Maria che ci offre un'importante testimonianza in questo senso: «Maria trovava che dividere la cucina e vivere in una camera da letto la limitava, e spesso era nervosa. Fortunatamente c'erano da fare sempre dei lavori che le permettevano di uscire di casa. Era Maria ad andare alla fontana per prendere acqua, al lavatoio pubblico per fare il bucato, e in piazza a fare la spesa [...] Le ore migliori erano quelle passate al lavatoio, perché lì poteva sentire altre donne parlare dei loro parti e di quelli a cui avevano assistito»<sup>98</sup>. Il lavatoio diventa quindi luogo di svago, di allontanamento temporaneo dalle mura domestiche, ma anche una scuola per una giovane donna che molto aveva ancora da imparare dalle generazioni più anziane. L'introduzione della lavatrice modifica due aspetti fondamentali del mondo del bucato: il tempo, in quanto andava ad eliminare quella ciclicità quasi rituale; e lo spazio, annullando quella fluidità tra interno ed esterno, nonché la socialità che caratterizzava l'attività del bucato. Secondo Asquer l'avvento

---

<sup>97</sup>Asquer, *La rivoluzione candida*, cit., pp. 44-48.

<sup>98</sup>Pitkin, *La casa che Giacomo costruì*, cit., p. 149.



della lavabiancheria elettrica va a colpire la natura collettiva e pubblica dell'attività del bucato. Dal luogo invadente, rumoroso e senza intimità quale era il lavatoio, si passa a svolgere la stessa attività in un ambiente privato, silenzioso, ma anche potenzialmente solitario<sup>99</sup>.

La diffusione della lavatrice viene presentata da stampa e pubblicità come una nuova "liberazione" femminile. Secondo gli slogan, solo per le donne era stato pensato un prodotto che portasse "libertà" e "modernità" fra le mura domestiche<sup>100</sup>. La possibilità di fare a meno del personale di servizio, il contributo degli elettrodomestici e il risparmio di fatica fisica avrebbero dovuto portare a una nuova frontiera domestica della "civiltà" e del "progresso"<sup>101</sup>. In una rivista dell'epoca possiamo leggere che «un tempo l'abilità della cuoca dipendeva soprattutto dalla lunga esperienza. Oggi invece anche la sposina meno esperta può diventare in poche settimane una padrona di casa perfetta [...] gli elettrodomestici sono servitori fedeli, che riescono a far risparmiare tanta fatica»<sup>102</sup>. In realtà però si forma una vita familiare sempre più complessa, con il marito da accudire, i figli da seguire nei compiti e una casa che richiede una manutenzione sempre maggiore, così da condizionare il tempo delle donne e ancorarle sempre più alle mura domestiche<sup>103</sup>.

L'avvento delle trasmissioni televisive in Italia nel 1954, segna l'inizio del miracolo economico e la lenta trasformazione della vita domestica. L'impatto della televisione sul pubblico italiano si può distinguere in due fasi. La prima consiste in una visione collettiva. Dato lo scarso numero di apparecchi presenti, la gente si radunava nei locali pubblici o a casa di quei pochi che ne possedevano uno. Verso la fine degli anni Sessanta, quando i prezzi dei televisori cominciano a

---

<sup>99</sup> Asquer, *La rivoluzione candida*, cit., pp. 49-51.

<sup>100</sup> ASQUER Enrica, *La "Signora Candy" e la sua lavatrice. Storia di un'intesa perfetta nell'Italia degli anni Sessanta*, "Genesis", V, n. 1, 2006, p. 99.

<sup>101</sup> *Ibidem*, p. 103.

<sup>102</sup> *Bravissime in casa con queste novità*, "Grazia", n. 844, 1957, p. 76.

<sup>103</sup> Asquer, *La "Signora Candy" e la sua lavatrice*, cit., p. 117.

calare decisamente, inizia invece una fase più privatizzata di ricezione del mezzo televisivo. I soggiorni degli italiani cominciano ad essere caratterizzati dalla sempre maggiore presenza del televisore che diventa un vero e proprio *status symbol*<sup>104</sup>.

Chiara Saraceno, nella sua ricerca sulle foto di famiglia, ci dimostra come a partire dagli anni Cinquanta i consumi assumono un ruolo sempre più rilevante all'interno delle composizioni fotografiche, e di conseguenza nella vita quotidiana degli italiani. Il televisore, ad esempio, prende una posizione spesso di primo piano (situato a capotavola) o comunque di importante oggetto sullo sfondo di foto di famiglia<sup>105</sup>.

Anche Liguori, come Asquer, vede nell'avvento degli elettrodomestici una riduzione degli spazi di socialità della donna, che si trova sempre più legata alla casa e sempre meno libera di organizzare le sue attività all'esterno di quelle quattro mura.

Il frigorifero, infatti, permette, insieme alle maggiori possibilità economiche, di non doversi recare tutti i giorni a fare la spesa. Le cucine a gas con forno consentono di non dover più uscire per portare il pane a cuocere nel forno. La lavatrice cancella i momenti di incontro e condivisione al lavatoio; e la stessa televisione, che inizialmente era stato un canale di socializzazione in quanto ci si ritrovava a vederla nei bar o a casa dei pochi innovatori, nel momento in cui inizia a trasformarsi in un oggetto presente in tutte le case, nega anche quella motivazione per uscire di casa. Si passa quindi sempre più tempo nella propria abitazione. Le ragioni per uscire diminuiscono costantemente. Questo ridursi degli spazi e dei momenti di socialità, in particolar modo per le donne, porta a una chiusura nel privato, che unita all'inurbamento, che rompe magari rapporti famigliari e amicali, conduce spesso a una situazione di isolamento.

---

<sup>104</sup>Scrivano, *Signs of Americanization in Italian Domestic Life*, cit., p. 326.

<sup>105</sup>Saraceno, *Interni (ed esterni) di famiglia*, cit., pp. 68-69.

Per combattere questa solitudine la donna cerca conforto di giorno «nella radio sempre accesa e quando è sera guarda la televisione, finestre su un mondo da cui ancora viene separata»<sup>106</sup>.

Sempre Liguori ci fa notare come secondo le sue intervistate non ci fosse stata resistenza psicologica all'ingresso degli elettrodomestici nelle loro case. Le persone che sembrano dimostrare una maggiore reticenza o scetticismo sono le donne delle generazioni più anziane e le domestiche. Entrambe, per un motivo o per l'altro, credono di perdere importanza a scapito delle innovazioni, temono di diventare inutili perché sostituite da una macchina<sup>107</sup>. Gli elettrodomestici diventano spesso, d'altro canto, un prerequisito da parte della domestica prima di accettare l'offerta di lavoro. Il servizio sarebbe stato così riqualificato e avrebbe permesso di eliminare o ridurre l'insopportabile fatica di alcune mansioni<sup>108</sup>.

Secondo Asquer il successo degli elettrodomestici in Italia va ricercato nel loro carattere di beni materiali da godersi individualisticamente nel privato, simboli di una promozione sociale conquistata a fatica e identificata nel decoro domestico piuttosto che con la comodità e l'efficienza<sup>109</sup>. La giornalista Maria Pia Rosignoli scriveva nel 1961 su *Grazia* che gli elettrodomestici «ci portano in casa il teatro, la musica, il clima della primavera. Hanno creato un nuovo concetto del divertimento e del benessere: con essi abbiamo già cominciato a vivere nel futuro»<sup>110</sup>.

L'avvento degli elettrodomestici doveva affascinare ma anche spaventare quelle donne che nella fatica e nella ritualità dei lavori domestici trovavano una fonte di identificazione e di realizzazione. Molte donne hanno il timore di perdere il primato del loro *savoir faire* casalingo. Per molto tempo ancora infatti le donne più anziane continueranno a lavare i capi a mano, prima di affidarli

---

<sup>106</sup>Liguori, *Donne e consumi nell'Italia degli anni cinquanta*, cit., pp. 680-681.

<sup>107</sup>*Ibidem*.

<sup>108</sup>Asquer, *La rivoluzione candida*, cit., p. 93.

<sup>109</sup>*Ibidem*, p. 72.

<sup>110</sup>*E infine eccovi gli apparecchi del comfort*, "Grazia", n. 1081, 1961, p. 50.

alla lavatrice. La stessa rivista *Annabella*, in un articolo dell'aprile del 1958 di Natalia Aspesi, annuncia alle lettrici l'arrivo della "massaia elettronica", senza tuttavia nascondere troppo una certa nostalgia per la "massaia della tradizione": «non ci sarà più l'*orgoglio* di far luccicare la casa e di preparare un bel piattino con le sole nostre *umanissime* forze, non ci saranno più il disordine, gli errori, [...] la gara con l'orologio». La giornalista si lascia andare addirittura a previsioni apparentemente catastrofiste, ma forse non così lontane dalla realtà dei decenni a venire, per cui queste innovazioni porterebbero le donne «sul lettino dello psichiatra per il *complesso di essere inutile*, e in una palestra, per eliminare il grasso superfluo causato dall'inattività»<sup>111</sup>.

Dalle interviste che riporta Emanuela Scarpellini, risulta che gran parte degli interpellati danno un giudizio molto positivo degli elettrodomestici, perché permettono di risparmiare tempo e fatica. Quello che però sorprende è che l'avvento di queste innovazioni non è visto come una rivoluzione in cucina quanto piuttosto come un progressivo miglioramento, una trasformazione graduale e non un repentino mutamento. In sostanza si continua a «fare come sempre», solo con più facilità<sup>112</sup>.

Concludendo, abbiamo visto come l'immagine che le riviste femminili degli anni Cinquanta e Sessanta vogliono dare degli elettrodomestici, contribuisca al tentativo di rimodernare la casa italiana di quegli anni. Tuttavia, lo scarto tra i modelli presentati dalle riviste e la realtà della casa italiana dell'epoca evidenzia come questo tentativo riuscirà solo in parte, e comunque molto lentamente. Siamo di fronte a una sorta di "rivoluzione lenta" che impiegherà decenni per giungere a compimento e che, in alcuni casi, non riuscirà nemmeno a realizzarsi.

---

<sup>111</sup>*La massaia elettronica*, "Annabella", n. 16, 1958, p. 24. Riportato in Asquer, *La rivoluzione candida*, cit., pp. 125-128.

<sup>112</sup>Scarpellini, *Alimentazione e cucina*, cit., pp. 33-34.

# Capitolo 4

Nulla è meno razionale di un interno abitato e la vita  
di corpi che mangiano, sudano, si lavano, non è uno  
spettacolo per chi non fa parte della famiglia

(J.-M. Léger)

## 4.1 Abitare nell'Italia del *boom*

Studiare le case degli anni Cinquanta e Sessanta oggi può fornire nuovi strumenti per la comprensione della storia urbana dell'Italia contemporanea che non riescono magari ad essere letti attraverso altri tipi di studi. Allo stesso tempo queste case contengono delle storie di vita che possono rappresentare uno spaccato della memoria individuale e collettiva della città italiana del Novecento<sup>1</sup>.

Nell'Italia del dopoguerra, il “villino”, o più spesso la casa a schiera, viene inserito nella progettazione dei nuovi quartieri, assieme ai condomini. Secondo Giò Ponti, l'archistar del momento, la casa doveva essere «dove possibile, uni-

---

<sup>1</sup>De Pieri - Bonomo - Caramellino - Zanfi, *Storie di case*, cit., p. XII.

familiare e in proprietà»<sup>2</sup>. Il villino infatti rappresentava il decoro famigliare e rispecchiava i valori borghesi di individualità e *privacy*.

Negli anni Cinquanta i valori morali della famiglia e del focolare domestico sono centrali nella propaganda dell'ideologia abitativa dominante, così come la nuova importanza data al *comfort*: «l'abitazione è innanzitutto il luogo dove la famiglia vive, il luogo cioè dove essa oltre ai primitivi quattro muri e un tetto ha bisogno di tante altre piccole cose [...] che tutte insieme rendono la casa accogliente»<sup>3</sup>.

Tuttavia ciò che prevarrà nella edilizia pubblica del dopoguerra saranno i condomini, soprattutto a causa del rapido aumento del processo di urbanizzazione. I piani di ricostruzione edilizia si concentreranno in particolar modo sulla costruzione di palazzi che, attraverso la creazione di nuovi quartieri periferici rispetto al centro cittadino, daranno vita a una nuova realtà abitativa che non tiene particolarmente conto della tradizione italiana, che privilegia l'abitazione individuale.

Durante il *boom* edilizio degli anni Quaranta-Settanta, gran parte degli italiani desiderano, e spesso riescono, di abitare in una casa “moderna”, di nuova costruzione, provocando un deciso inurbamento. In altri paesi invece, complice anche la sempre più ampia diffusione dell'automobile, si realizza il fenomeno inverso, ossia uno spostamento verso i sobborghi. La realtà abitativa italiana è caratterizzata dalla vita di appartamento, la quale presenta una divisione degli spazi privati senza rinunciare a spazi e servizi comuni<sup>4</sup>.

Nei primi anni del dopoguerra comincia inoltre ad entrare in crisi il ruolo della domestica. Le famiglie non possono più permettersi di pagarne lo sti-

---

<sup>2</sup>PONTI Gio, *Politica dell'architettura*, “Domus”, n. 235, 1949 (punto XVII). Riportato in Chimenti, *Le categorie di igiene e decoro nella casa degli anni Cinquanta*, cit., p. 34.

<sup>3</sup>*Piano per l'occupazione operaia, INA-CASA, Suggerimenti ai progettisti*, Roma, 1949, p. 8. Riportato in Chimenti, *Le categorie di igiene e decoro nella casa degli anni Cinquanta*, cit., p. 35.

<sup>4</sup>De Pieri - Bonomo - Caramellino - Zanfi, *Storie di case*, cit., pp. XIII-XIV.

pendio e di offrire vitto e alloggio a persone estranee al nucleo familiare. In questo modo veniva quindi meno la necessità di avere uno o due locali di servizio. L'esigenza dell'eliminazione del personale domestico non derivava soltanto dalle difficili condizioni economiche del dopoguerra. Con la razionalizzazione e la meccanizzazione della casa e l'introduzione degli elettrodomestici, il servo umano viene sempre più spesso sostituito dal servo meccanico. Questa situazione subisce senza dubbio l'influenza del modello americano anche se «le candide e lucenti cucine-living» che si cominciano a vedere in film e riviste provenienti da oltreoceano restano per l'Italia ancora un sogno irraggiungibile<sup>5</sup>.

La situazione abitativa italiana di quegli anni è in effetti ancora ben diversa da quella che viene presentata al cinema o tra le pagine dei periodici. Aldo P., intervistato proprio sul tema dell'abitare, ci racconta uno dei tanti esempi di coabitazione ancora diffusi nell'Italia del *boom*: «Io non c'avevo papà, era morto. Si è sposata mi' sorella e quindi doveva cresce' un'altra famiglia. Quale occasione migliore de uni' le due forze per pagare un affitto? [...] La famiglia de mia sorella, sposetta, e noi, io, mia madre, mi' fratello e [un'altra] sorella. Abbiamo preso 'sta casa. Praticamente eravamo in sei persone. Dopo so' nati i nipoti, eccetera, quindi eravamo un pochettino di più [...] la camera da pranzo non si sapeva nemmeno che era. Erano tutte camere da letto»<sup>6</sup>.

Nel suo romanzo antropologico Pitkin ci racconta del tanto agognato momento della progettazione della casa di Giacomo, che da solo costruirà una casa per sé e per i suoi figli nelle campagne dell'Agro Pontino. A metà anni Sessanta egli «iniziò frettolosamente a disegnare un progetto, un quadrato diviso in due da un corridoio, alla fine del quale ci sarebbe stato un bagno con vasca, water, bidè e lavandino. Nessun membro della famiglia si era mai fatto il bagno in una vasca di porcellana, tutti si lavavano nel lavandino della cucina. Sul lato sinistro

---

<sup>5</sup>Faravelli Giacobone - Guidi - Pantera, *Dalla casa elettrica alla casa elettronica*, cit., pp. 42-43.

<sup>6</sup>De Pieri - Bonomo - Caramellino - Zanfi, *Storie di case*, cit., pp. 77-78.

del corridoio ci sarebbe stata prima di tutto la cucina, e poi una camera da letto. Sul lato destro ci sarebbe stata la camera da letto di Lele e di Massimo, e poi il soggiorno, dove avrebbero dormito Loredana e Anna Rita. Mentre Giacomo tracciava le linee sulla carta a Maria sembrava di sognare»<sup>7</sup>.

Un esempio di realtà abitativa urbana ce lo porta invece Teresa S. di Brescia, classe 1922, che ci racconta della sua casa: «Quando mi sono sposata nel '46, vivevo in un appartamento con una cucina e accanto un tinello dove mangiavamo [...] La camera da letto era grande e dormivamo sia noi che i nostri due figli [...] Non avevamo l'acqua corrente in casa: c'era una fontanina giù in cortile [...] Mi ricordo la stufa elettrica e il frigor negli anni Cinquanta, nel 1954. Il frigor non era molto grande. Largo e basso. C'era uno scomparto piccolo per il freezer. Così non andavo tutti i giorni a fare la spesa. Il frullatore è stato importante specie quando i bambini erano piccoli»<sup>8</sup>.

Ben diversa da queste testimonianze è la realtà che si scorge sfogliando le riviste femminili dell'epoca, che evidentemente parlano ad un immaginario in costruzione ben più che alle esigenze reali. E che comunque si rivolgono alle donne del ceto medio. In un articolo del 1956 dal titolo “Mogli disoccupate e mariti felici nella casa magica pronta fra 25 anni”, la rivista *Gioia!* riporta le innovazioni immaginate nella casa del 1980, presentate alla mostra *Casa Ideale* di Londra.

Nell'immaginario di allora la donna del 1980 ha capelli rasati che le permettono di sfoggiare parrucche colorate in tinta con i suoi abiti, mentre lui ha capelli tagliati alla “uomo delle caverne”. Entrambi portano leggerissime scarpe con suola di materiale sintetico ed isolante. Il letto viene immaginato senza coperte, visto che grazie all'aria condizionata esse non servono più. Sulla poltrona del soggiorno possiamo osservare «un quadro (a forma di dado) di radio-comando

---

<sup>7</sup>Pitkin, *La casa che Giacomo costruì*, cit., p. 195.

<sup>8</sup>Intervista a Teresa S., nata a Brescia il 28 giugno 1922, realizzata da Elena Pala, Brescia, agosto 2012. Riportato in Scarpellini, *Alimentazione e cucina*, cit., p. 33.



per il controllo di tutte le operazioni automatiche».

In bagno non occorrono accappatoi perché «una corrente d'aria calda asciuga immediatamente» chi esce dalla vasca. Tutti i mobili della casa sono fissati al pavimento o alle pareti, nei quali possono rientrare facilmente solo premendo un bottone<sup>9</sup>.

Aldilà di queste divagazioni avveniristiche, la casa che in quegli anni viene raffigurata nelle riviste è un tipo di abitazione che vuole provocare una netta rottura con il passato e con la tradizione borghese: «L'epoca delle abitazioni esclusivamente "di rappresentanza" è ormai tramontata: oggi si vogliono ambienti che associno all'eleganza dell'arredamento delle spiccate caratteristiche di comodità e di funzionalità»<sup>10</sup>. Nuovi sentimenti vengono associati all'abitazione: «La casa è bella se è amata! [...] Il meglio della casa, credetemi! Siamo ancora noi, o per dir meglio, possiamo crearlo noi, col nostro gusto, il nostro entusiasmo, il nostro vivo amore, insomma, per la casa»<sup>11</sup>. Si parla di una serena chiusura familiare tra le mura domestiche e allo stesso tempo di una maggiore identificazione con la casa, che deve assumere i caratteri dei suoi abitanti perché «la casa "intima" è la più bella»<sup>12</sup>.

Le lettrici giustamente preoccupate che la loro casa non riesca a competere con quelle presentate dalle riviste, vengono rincuorate dicendo loro che si può «dimostrare che la casa può essere splendida e intima sfoggiando, anziché un grande lusso, un grande gusto»<sup>13</sup>.

Esiste comunque la consapevolezza dei ridotti spazi domestici a disposizione della maggioranza delle famiglie italiane e perciò si consiglia di sfruttare al meglio lo spazio attraverso mobili pieghevoli o multiuso perché «poco posto si

---

<sup>9</sup> *Mogli disoccupate e mariti felici nella casa magica pronta fra 25 anni*, "Gioia!", n. 13, 1956, pp. 28-29.

<sup>10</sup> *La casa comoda*, "Amica", n. 36, 1967, p. 100.

<sup>11</sup> *La casa è bella se è amata*, "Eva", n. 7, 1961, p. 43.

<sup>12</sup> *La casa "intima" è la più bella*, "Eva", n. 19, 1962, p. 91.

<sup>13</sup> *Non occorre lo sfarzo perché la casa sia bella*, "Eva", n. 46, 1961, pp. 98-99.

tiene quando ci si vuol bene»<sup>14</sup>.

«Non hai mezzi sufficienti per comprare tutto in una volta l'arredamento completo per la tua casa? Compra dei mobili scomponibili». I mobili scomponibili vengono presentati come sovrapponibili, come trasformabili, in quanto gli elementi possono essere messi insieme come un gioco di costruzioni, si possono utilizzare per più usi, economizzano lo spazio<sup>15</sup>. Si punta inoltre sul rinnovo graduale del mobilio attraverso il vantaggio, di poter essere comprati “a blocchi”, che questi mobili permettono: «Potrete comprarli uno alla volta e completare l'ambiente quando vi fa comodo. Sono “elementi” pratici, di gusto moderno, studiati con molta cura per tutte le misure e per ogni uso»<sup>16</sup>.

Tuttavia la casa economica non aveva un'ampiezza sufficiente per far convivere spazio pubblico e spazio privato, perciò la proposta di introdurre mobili che si ripiegassero e scomparissero doveva sembrare un adattamento forzato alle ridotte dimensioni dell'alloggio. Secondo Chimenti è forse qui che va ricercato il rifiuto da parte delle classi popolari per i mobili “moderni” che poco paiono attecchire nei consumi di quegli anni. Quando una famiglia raggiungeva un tenore di vita sufficiente per permettersi l'acquisto di oggetti destinati alla classe superiore, guardava soprattutto alla apparente durevolezza di tali oggetti, che sembrava loro meglio rappresentare la solidità della posizione raggiunta<sup>17</sup>.

Bruno Munari, confrontando le case giapponesi con quelle italiane, si chiedeva come mai, le abitazioni orientali, che utilizzavano materiali poveri e naturali, non presentassero quel senso di miseria e squallore che offrivano certe nostre case popolari, seppur fatte di mattoni e cemento<sup>18</sup>.

Secondo il *designer* milanese, questa sensazione era dovuta al fatto che le case italiane erano spesso costruite senza amore da parte dei progettisti e vissute

---

<sup>14</sup> *Poco posto si tiene quando ci si vuol bene*, “Gioia!”, n. 36, 1952, p. 29.

<sup>15</sup> *Scegli anche tu i mobili che si moltiplicano*, “Gioia!”, n. 2, 1959, p. 60.

<sup>16</sup> *È facile arredare con i mobili componibili*, “Grazia”, n. 921, 1958, p. 81.

<sup>17</sup> Chimenti, *Le categorie di igiene e decoro nella casa degli anni Cinquanta*, cit., p. 36.

<sup>18</sup> MUNARI Bruno, *Artista e designer*, Laterza, Roma-Bari, 2012, p. 121.

senza amore da parte degli abitanti. I primi infatti costruiscono delle case borghesi in miniatura, mentre chi le abita le pensa come transitorie, in attesa di una vera casa borghese, e perciò le riempie di mobili in stile che non si adattano nelle funzioni e nelle dimensioni alla loro casa reale. Probabilmente l'acquisto «di mobili costosi falso antico (come quelli del capoufficio) pagati faticosamente a rate, vorrebbe equilibrare il misero spazio dell'appartamento popolare, mentre invece ne accentua gli elementi di strettezza e quindi di miseria». Una casa così progettata e così abitata risultava di fatto una brutta copia di quella casa di lusso che tutti desideravano<sup>19</sup>.

Le riviste continuano comunque - e compattamente - la loro opera di persuasione verso un deciso rinnovamento all'interno delle mura domestiche: «Una "casa giovane" non è soltanto una casa abitata da persone giovani, ma è soprattutto quella che proietta, per così dire, in un'atmosfera di giovinezza chiunque vi entra [...] ricordate che l'atmosfera e l'armonia di una "casa giovane" nascono dai contrasti e dalle originalità»<sup>20</sup>. E poi «costa meno la casa giovane»<sup>21</sup>. «L'arredamento semplice, accurato, privo di inutili sovrastrutture, funzionale e cioè preciso alle funzioni cui è destinato, è il più indicato»<sup>22</sup>. Nelle riviste si parla spesso del ruolo dei libri nell'arredamento e delle relative librerie. «I libri debbono essere sempre a portata di mano [...] La loro presenza contribuisce ad arricchire l'ambiente»<sup>23</sup>, e poi «i libri fanno bella la casa»<sup>24</sup>. «La compagnia più desiderata e confortevole è certamente quella dei libri, dei giornali; una compagnia silenziosa e riposante che ognuno di noi dovrebbe ricercare per abbandonarvisi fiduciosamente»<sup>25</sup>. «In tutti gli ambienti dove figurano i libri c'è,

---

<sup>19</sup> *Ibidem*, p. 124.

<sup>20</sup> *Vi consigliamo una casa giovane*, "Grazia", n. 892, 1958, p. 86.

<sup>21</sup> *Costa meno la casa giovane*, "Gioia!", n. 13, 1967, p. 90.

<sup>22</sup> *Freschezza ed eleganza nell'arredamento moderno*, "Eva", n. 18, 1960, p. 46.

<sup>23</sup> *I libri, gli amici della casa*, "Amica", n. 1, 1962, p. 84.

<sup>24</sup> *I libri fanno bella la casa*, "Grazia", n. 489, 1950, p. 20.

<sup>25</sup> *Mettiamo su casa insieme: un soggiorno-libreria*, "Eva", n. 49, 1962, p. 90.

meglio che altrove, un'atmosfera speciale, limpida, nobilissima»<sup>26</sup>.

Anche il tema del camino ricorre spesso: «Oggi l'elemento decisivo per la scelta di un appartamento nuovo è spesso l'esistenza di un camino. E tutti coloro che si fanno costruire una casa chiedono il caminetto»<sup>27</sup>. Il fuoco acceso ha rivestito fin dall'antichità un forte valore simbolico, quasi sacrale. Incarna la famiglia, l'ospitalità, la vita. Stufa e camino rimandano a culture diverse, a differenti rapporti con il fuoco, il calore e la luce. Questo contribuisce a spiegare perché dove si era inizialmente diffuso il camino, la stufa difficilmente verrà accettata nonostante la sua superiorità tecnologica in fatto di risparmio di combustibile e di riduzione della dispersione di calore<sup>28</sup>. Anche negli anni Cinquanta e Sessanta «attorno alla fiamma si riunisce la famiglia e l'atmosfera di una stanza diventa più intima e confortevole»<sup>29</sup>, perciò si consiglia alle lettrici: «Non rinunciate all'allegria di una fiammata scoppiettante»<sup>30</sup>.

A partire dagli anni Sessanta, complice l'ondata di benessere provocata dal boom economico, si fa largo anche il tema della casa per le vacanze. Vengono per questo presentati alle lettrici modelli di case prefabbricate che potevano essere collocate nella località di villeggiatura preferita, nonché consigli sull'arredo a tema da inserire nelle case al mare, piuttosto che negli *chalet* alpini.

Un tema ricorrente nelle rubriche di arredamento è quello dell'accostamento di mobili antico e moderno, nonché l'idea di una casa nuova di stile antico. «Il gusto moderno ci porta o riporta alle preziose case antiche, ma le necessità e la scarsa capienza delle nostre case ci portano verso le case razionali o, per dir meglio, realizzate proprio per soddisfare queste esigenze». Il consiglio è quello di armonizzare l'ambiente inserendo «“alcuni pezzi” antichi fra pareti e

---

<sup>26</sup> *I libri nella nostra casa*, "Eva", n. 49, 1962, p. 90.

<sup>27</sup> *Il camino in città*, "Amica", n. 2, 1963, p. 65.

<sup>28</sup> Sarti, *Vita di casa*, cit., p. 116.

<sup>29</sup> *Scalda corpo e cuore il caminetto*, "Grazia", n. 614, 1952, p. 26.

<sup>30</sup> *La fiamma del camino rende più intima l'allegria della casa*, "Gioia!", n. 45, 1956, p. 62.

arredamento moderni. Proprio come quello che piace a noi!»<sup>31</sup>. Tuttavia, in questo periodo, l'industria del mobile "in stile" sta crescendo e molte lettrici che vogliono allestire in questo modo la loro abitazione sono preoccupate dal loro eccessivo costo. Gli esperti le rassicurano dicendo loro che non è necessario trovare grandi pezzi da collezione e che ottimi restauratori possono riportare in auge vecchi mobili dimenticati in soffitta.

Interessante la considerazione sui ruoli di genere in rapporto alla casa che *L'Architetto* esprime nel 1950 sulle pagine di *Grazia*: «L'amore per la casa è uno degli attributi più significativi della donna. Gli uomini fanno le case ma poi rimangono quasi sempre al di fuori del loro mondo; forse per questo possono pensarle e crearle [...] Una casa, fosse la più bella al mondo, non sarà mai una vera casa se non vi è una donna [...] Noi uomini, che facciamo le case, sappiamo anzitutto che la donna è la ragione della casa. Siete voi la ragione del nostro lavoro, perciò abbiamo bisogno di conoscervi e di amarvi»<sup>32</sup>.

«Se potessimo avvicinarci con circospezione ad una casa del passato, se potessimo aprirne la porta senza essere visti da nessuno e potessimo sbirciare o addirittura avventurarci all'interno osservando la casa stessa, il suo arredamento, il contenuto delle pentole sul fuoco o le provviste, l'attività dei suoi abitanti...: se potessimo fare tutto ciò cosa vedremmo?»<sup>33</sup>. Questa era la domanda che Raffaella Sarti si pone all'inizio del suo lavoro sulla storia dell'abitazione europea nell'età moderna. Il suo quesito di partenza potrebbe essere un'ottima linea guida anche per la nostra ricerca sulla casa italiana degli anni Cinquanta e Sessanta.

Con l'intento di accompagnare il lettore all'interno delle abitazioni dell'Italia del *boom*, cerchiamo allora di andare a vedere un po' più nel dettaglio come le singole stanze vengono rappresentate fra le pagine delle riviste femminili

---

<sup>31</sup> *Arredamenti moderni con un po' d'antico*, "Eva", n. 19, 1964, p. 92.

<sup>32</sup> *La casa come la donna*, "Grazia", n. 494, 1950, p. 20.

<sup>33</sup> Sarti, *Vita di casa*, cit. p. XI.

dell'epoca.

## 4.2 La cucina

A partire dagli anni Venti inizia a soffiare in Europa quel vento rivoluzionario che modificherà radicalmente il modo di concepire la casa. La *Frankfurter Küche* sarà la risposta europea alle teorie americane sulla taylorizzazione del lavoro domestico. La disposizione dei mobili diventa molto più funzionale, le superfici più facilmente lavabili, il tutto in uno spazio molto ridotto rispetto alla tradizionale cucina italiana. Nata per esigenze igieniche (grazie ai suoi nuovi materiali) e nell'ottica di utilizzare al meglio lo spazio disponibile, spesso molto ridotto, la cucina razionale passerà presto dalle case delle classi operaie a quelle dei ceti più abbienti, facendo in questo caso un percorso inverso rispetto a quello seguito solitamente dalle varie innovazioni che avevano riguardato l'abitazione fino a quel momento<sup>34</sup>.

Luogo ancestrale della nutrizione, la cucina, rimane ancora, nella casa italiana degli anni Cinquanta e Sessanta, il luogo della riunione familiare intorno alla ritualità della mensa<sup>35</sup>.

Negli anni Cinquanta la casa ha nella cucina il suo centro vitale. Essendo infatti ancora scarse le case dotate di riscaldamento, la "stufa economica" permette di rendere questo locale il più vivibile. Qui si mangia, si studia, ci si ritrova e si dialoga. Solo poche famiglie usavano mangiare in sala da pranzo o in quel che si chiama il "tinello". Per le grandi occasioni, e solo per quelle, esiste il "salotto buono"<sup>36</sup>.

Questa centralità, che richiama alla tradizione, può divenire però anche un elemento di forte novità su cui puntare. Nelle riviste dei primi anni Cinquanta

---

<sup>34</sup>Faravelli Giacobone - Guidi - Pansera, *Dalla casa elettrica alla casa elettronica*, cit., pp. 30-32.

<sup>35</sup>Vitta, *Dell'abitare*, cit., p. 160.

<sup>36</sup>Minestrone, *Casa dolce casa*, cit., p. 19.

già incrociamo servizi sulla “nuova” cucina: «La bianca-fredda-cucina-chimica è passata di moda: questa stanza è tornata ad essere intima, calda, accogliente e, in più, clamorosamente colorata»<sup>37</sup>.

A partire dagli anni Sessanta la cucina assume una maggiore integrazione con gli ambienti della casa. Le funzioni di questo locale si interessano maggiormente alle necessità del nucleo familiare, fino a superare la propria specificità per trasformarsi in *status symbol*. Gli stessi elettrodomestici, non presentando una relazione diretta tra tasso di diffusione e redditi apparenti, diventano anch’essi simboli di uno stile di vita piuttosto che indice di ricchezza<sup>38</sup>.

Dalla cucina tradizionale composta da pochi elementi distinti e separati, si passa gradualmente alla cucina ad elementi modulari accostabili. «Comincia l’epoca dei mobili comperati a metri, come scampoli»<sup>39</sup>. Una delle preoccupazioni di architetti e urbanisti dell’epoca era che le cucine delle case popolari sono «ottime per lindore, luminose, facili per il disbrigo delle faccende, ma piccolissime, la donna di casa ci è isolata»<sup>40</sup>. Ma proprio sulla cucina la differenza tra casa borghese e casa popolare è massima.

Fabrizia Ramondino che ha vissuto l’infanzia in una casa della borghesia napoletana di quegli anni ci racconta: «Le cucine erano il regno dell’ombra nelle assolate case mediterranee della mia infanzia, non solo perché si trovavano nelle parti più sacrificate della casa, esposte a settentrione o a piano terra, non solo perché le pareti erano scurite dal nerofumo dei fuochi a carbone e a legna, che ancora dominavano rispetto ai fornelli elettrici o a gas, e perché la pulizia dei vetri vi era più trascurata, ma anche perché l’ombra protegge i cibi dalla marcescenza, allontana le mosche, le vespe e altri insetti voraci e preserva i

---

<sup>37</sup> *New look anche per la cucina*, “Annabella”, n. 48, 1956, p. 36.

<sup>38</sup> Faravelli Giacobone - Guidi - Pansera, *Dalla casa elettrica alla casa elettronica*, cit., p. 89.

<sup>39</sup> *Anche in bagno e in cucina è arrivata la moda*, “Annabella”, n. 18, 1955, pp. 26-27.

<sup>40</sup> Curti E., *La cucina nella casa popolare*, “Edilizia Popolare”, n. 12, settembre 1956, p. 35. Riportato in Rochat - Sateriale - Spano, *La casa in Italia 1945-1980*, cit., p. 65.

mediterranei nelle quotidiane fatiche. E di fatica allora nelle cucine se ne faceva tanta: spesso si attingeva ancora l'acqua al pozzo; bisognava spaccare la legna e le fascine; grandi erano le quantità di verdure da pulire; non era facile sgrassare acquai e marmi, stoviglie e pentole con la soda; con cura bisognava asciugare e lucidare il rame. Le famiglie infine erano numerose, frequenti le visite e gli invitati. La famiglia era borghese, perciò la cucina era il regno dei servi. E i servi erano l'ombra dei signori»<sup>41</sup>.

Una testimonianza di una cucina urbana dell'epoca ce la offre Elena C., nata a Brescia nel 1922, che ci racconta come in cucina avesse «una stufa a legna con cui si scaldava non solo la stanza, ma anche le vivande e l'acqua. Su una parete trovavano spazio le *moscaröle*, degli armadietti senza ante con davanti una retina per proteggere dalle mosche. C'era anche un fornellino a gas che si appoggiava sul mobile. Ricordo pure una piccola *ghiacciaina* fatta di legno esternamente mentre all'interno di zinco. Il ghiaccio d'estate era portato da un signore: passava per le vie con un carretto che trasportava lastre lunghe di ghiaccio che vendeva a tranci. [...] Non c'era una dispensa perché allora non si facevano approvvigionamenti come oggi. [...] Il primo elettrodomestico forse è stato il Bamix, un frullatore ad immersione. Ma la prima conquista in cucina per me è stata la pentola a pressione [...] Ci facevo di tutto, anche la polenta. Ricordo poi il forno elettrico Kenwood che è stato importante perché permetteva la regolamentazione del calore che la stufa a legna non offriva; e il frigor col freezer, non per fare delle scorte ma per conservare meglio gli alimenti»<sup>42</sup>.

Già nel 1951, *Eva*, al grido di «sogniamo un poco insieme», aveva presentato una cucina all'americana con penisola decisamente in anticipo sui tempi<sup>43</sup>. Solo tre anni dopo però si accorge di aver proposto per troppe volte cucine difficil-

---

<sup>41</sup>RAMONDINO Fabrizia, *Star di casa*, Garzanti, Milano, 1991, pp. 25-26.

<sup>42</sup>Intervista a Elena C., nata a Brescia il 28 agosto 1922, realizzata da Elena Pala, Brescia, luglio 2012. Riportato in Scarpellini, *Alimentazione e cucina*, cit., pp. 31-32.

<sup>43</sup>*Sogniamo un poco insieme*, "Eva", n. 37, 1951, p. 23.



mente accessibili alla maggioranza delle lettrici, e forse anche lontane dai gusti dell'epoca. Così fa *mea culpa* proponendo dei modelli moderni che si rifacessero però alla tradizione italiana, anche se con degli elementi nuovi. Ossia un tipo di cucina che mantenesse i caratteri di semplicità e modestia tipici della cucina tradizionale, ma con una disposizione dei mobili più pratica e comoda, nonché l'inserimento di materiali più moderni e più facilmente lavabili come i rivestimenti in formica, e ripiani più facilmente spostabili<sup>44</sup>.

Nel 1953 *Grazia* definisce la cucina all'americana come una "supercucina". In Italia, sostiene, esse non sono molto diffuse: soltanto in certi alloggi hanno fatto la loro comparsa i primi armadietti in acciaio laccato e i primi apparecchi elettrici. Confida però nel fatto che in un futuro abbastanza prossimo, soprattutto se l'industria italiana sarà in grado di iniziarne la produzione in serie, si avranno prezzi più accessibili di quelli attuali.

Nel 1958, però, *Annabella* ci dice che «la cucina all'americana non è più soltanto oltreoceano ma è anzi la stanza più nostrana e vissuta della casa. Tappa dopo tappa, mese dopo mese, mobiletto dopo mobiletto e desiderio dopo desiderio, la cucina può arricchirsi, completarsi, diventare la cucina dei sogni»<sup>45</sup>.

Nonostante il loro costo proibitivo ai più, queste cucine offrono il vantaggio di poter essere acquistate "a blocchi" man mano che ce lo si possa permettere<sup>46</sup>.

Nel 1962 *Amica* dedica un articolo alle varie tipologie di cucina, una stanza che a partire dal *boom* edilizio ha subito grandi modifiche e che continua ad adattarsi alle varie esigenze degli abitanti. La rivista ci parla della "cucina" che serve alla famiglia numerosa anche se è una sola persona ad occuparsene, per cui è necessario avere lo spazio sufficiente per svolgervi diverse mansioni; il "cucinino" serve solamente alla preparazione dei cibi, perciò sarà utilizzato solo in limitati orari e non necessita di grandi dimensioni; la "cabina di cottura" è

---

<sup>44</sup> *Cucine nostrane*, "Eva", n. 18, 1954, p. 31.

<sup>45</sup> *Le meraviglie della cucina*, "Annabella", n. 13, 1958, p. 48.

<sup>46</sup> *La supercucina lavora per voi*, "Grazia", n. 646, 1953, p. 29.

invece adatta a chi vive da solo o al massimo in due persone, che utilizzano la cucina in modo sbrigativo, può essere inserita in un vano nel muro o in un apposito armadio; la “cucina abitabile” infine è quella che prevede l'utilizzo della stanza anche per attività diverse dalla sola preparazione dei cibi, è la soluzione che si ricerca più spesso quando lo spazio lo consente, ed è utilizzata anche per consumare i pasti<sup>47</sup>.

Pochi anni dopo le cose paiono però essere radicalmente cambiate, perché nel 1966 *Annabella* presenta addirittura una modernissima cucina, di una tipologia che in Italia non si vedrà molto presto. Questa è costituita da un'isola centrale con fornelli e piano di lavoro. La cappa aspiratrice, pensile, è posta al di sopra, sospesa al centro della stanza<sup>48</sup>.

Sono gli anni in cui la cucina diventa «l'ambiente più vissuto della casa [...] Parallelamente alla graduale scomparsa del tinello di stile tradizionale, [essa] va trasformandosi in ambiente-pranzo, con una particolare zona dedicata alla cottura dei cibi»<sup>49</sup>. Secondo *Amica* «la cucina è divenuta oggi un locale di primaria importanza nell'economia della casa»<sup>50</sup>.

Si comincia a parlare di *office* «per definire quel locale nel quale trovano posto le forniture della cucina, ma soprattutto per la tavola, cioè: piatti, posate, bicchieri, oggetti per il bar, ecc...». Lo “spazio-office” può essere un piccolo locale di passaggio tra cucina e sala da pranzo, ma può essere anche un mobile: il “mobile-office”, che può essere sistemato in cucina, in tinello o in sala da pranzo<sup>51</sup>.

La cucina cambia: «Mai come ora che al cucinare si dedicano poche ore, l'ambiente cucina pretende una eleganza e una organizzazione e un metodo per l'arredamento come mai avremmo pensato. Così, spariti da decenni i rami

---

<sup>47</sup> *Un po' di stile anche in cucina*, “Amica”, n. 8, 1962, p. 64.

<sup>48</sup> *La cucina*, “Annabella”, n. 49, 1966, p. 130.

<sup>49</sup> *La cucina ideale*, “Annabella”, n. 12, 1966, p. 108.

<sup>50</sup> *La conquista dello spazio in cucina*, “Amica”, n. 25, 1967, p. 102.

<sup>51</sup> *Che cos'è l'office?*, “Amica”, n. 8, 1967, pp. 64-67.

lucenti che richiedevano una lunga e faticosa cura, sparite le pentole in altri metalli, ci troviamo fra mani e poi a tavola pentolini e padelline in porcellana fiorita o trasparenti come cristalli e la cucina più bella del salotto attrae e soddisfa, non solo il nostro senso estetico, ma le nostre necessità di lavoro che esigono la minore perdita di tempo»<sup>52</sup>. Si consiglia di realizzare cucine a tutta altezza in modo da sfruttare al meglio lo spazio e di avere un ambiente più igienico eliminando quei punti difficili da pulire quotidianamente<sup>53</sup>.

Nel 1965 *Eva* ci parla addirittura di “cucina-soggiorno”: «La cucina si rinnova radicalmente: non è più il locale piccolissimo nel quale preparare in fretta i cibi che saranno poi consumati nella stanza da pranzo». La cucina moderna è «ampia, razionale, dotata di tutte le più efficienti attrezzature, e con la zona pranzo-soggiorno nuova ed elegante, che fa corpo con essa, rendendo tutto l'ambiente estremamente caldo e accogliente»<sup>54</sup>.

In sostanza nell'arco di questi due decenni la cucina comincia a riprendere il ruolo da protagonista che da sempre aveva avuto nella casa italiana, ma attraverso una nuova configurazione. La cucina ora non è più l'unico grande stanzone aperto al pubblico, dove si preparano i cibi, si mangia e dove si accolgono gli ospiti, come succedeva un tempo, nelle case dei ceti più umili. Ma non è nemmeno quel luogo nascosto, regno del personale di servizio, dove si svolgevano esclusivamente attività culinarie, come avveniva nelle case borghesi. A partire dagli anni Cinquanta e Sessanta la cucina, da piccolo locale, a volte costituito solo da un angolo cottura, pian piano si espande andando ad abbracciare l'intera zona-giorno. Le faccende che si svolgevano in cucina ora fanno parte di un processo di maggiore integrazione tra i locali che porta nuovamente la “stanza dei fornelli” al centro della casa, ma con ruoli diversi. Da qui inizierà quel processo che ha portato una stanza un tempo isolata dal resto della casa,

---

<sup>52</sup> *La moda della cucina*, “Eva”, n. 47, 1958, p. 42.

<sup>53</sup> *Un po' di stile anche in cucina*, “Amica”, n. 8, 1962, p. 65.

<sup>54</sup> *La cucina-soggiorno*, “Eva”, n. 40, 1965, p. 59.

destinata a svolgervi esclusivamente attività legate al cibo, ad entrare sempre più in relazione con il resto dell'abitazione, fino a raggiungere quegli *open spaces* dalla foggia anglosassone che solo in questi ultimi anni sembrano cominciare a prendere piede anche nella cultura abitativa italiana.

### 4.3 Il salotto

«Era per le nostre mamme il salotto “buono”, che tenevano in foderi bianchi, e che anche noi vorremmo, ben inteso d'altro stile, ma sempre per consacrargli i nostri migliori sforzi finanziari, in fatto d'arredo, e la laboriosa spiumacciatura giornaliera [...] È tanto nel nostro carattere il desiderio d'apparire, la smania d'esteriorità, che essere con schiettezza nel nostro ambiente ci sarà possibile solo in avvenire [...] Timidezze di gente povera, presunzione di gente non più miserabile, che tenta di crearsi un po' di decoro, a volte di cattivo gusto, a volte ridicolo, sempre, nel fondo dell'animo, sofferto»<sup>55</sup>.

La magia di quella stanza oscura e misteriosa ce la racconta Fabrizia Ramondino, scavando nei suoi ricordi di infanzia: «Appena entrate nel primo salotto ci investiva il tipico profumo della casa; un misto di peluche, di sigaro e di polvere ristagnata sui velluti, odore che aveva un suo potere oscuramente preparatorio [...] salotti immersi nel buio, chiaramente inutili e sempre chiusi, salvo matrimoni, battesimi, e ahimè, funerali»<sup>56</sup>. Sempre lei ci offre una bella descrizione dell'invulnerabilità del salotto: «Le sedie normali, tanto tormentate, sfioracchiate se di vimini, frugate e scucite se tappezzate di stoffa, macchiate, scalfite, incise, graffiate, sono sedie: mentre le sedie del Salotto erano idee di sedie»<sup>57</sup>.

Mariuccia Salvati, che ha studiato l'abbandono del salotto in favore del soggiorno negli anni fra le due guerre, sostiene che attraverso questa sostituzione «il

---

<sup>55</sup>Curti, *La cucina nella casa popolare*, cit., p. 66.

<sup>56</sup>Ramondino, *Star di casa*, cit., p. 64.

<sup>57</sup>*Ibidem*, p. 68.

centro della casa si sposta dal rapporto tra “esterno” e “interno”, tra “pubblico” e “privato”, a una dimensione infrafamiliare, a un insieme di relazioni racchiuse nel nucleo domestico». Il soggiorno non ambirà mai ad essere uno spazio di sociabilità, ma solo il luogo della rappresentazione dei rapporti interni al mondo familiare<sup>58</sup>.

Si sofferma anche sulla peculiarità di significato che il nuovo locale assume all'interno di culture differenti. Se l'istituzione della *living-room* in nord Europa riflette un antico rispetto protestante per i rapporti tra gli individui infatti, il soggiorno nelle case italiane rischia di trasformarsi in un campo di esercizio di relazioni familiari gerarchiche a causa della prevalenza di valori cattolici<sup>59</sup>.

Il tentativo di eliminare il salotto negli anni del fascismo avviene sia attraverso la costruzione di edifici che non lo prevedono, sia tramite una dura campagna di stampa. Il salotto diventa l'emblema dell'antimodernità. La mancanza di igiene e di luce, lo spreco di spazio e oggetti, il cattivo gusto, sono tutti elementi che fanno del salotto il nemico del moderno per eccellenza. Allo stesso modo, la rappresentazione classista della società che esso incarnava non corrisponde più a quell'immagine di società di massa che il regime vuole dare di sé<sup>60</sup>.

La scomparsa del salotto fa parte di una rivoluzione domestica che stravolge anche il ruolo della donna. La padrona di casa non deve più limitarsi a ricevere gli ospiti, ma deve occuparsi dei lavori domestici in prima persona, seguire i figli e accudire il marito<sup>61</sup>.

È ancora una volta Ramondino a raccontarci con grande intensità la morte del salotto napoletano, quella stanza che così grande valore simbolico aveva per la borghesia di un tempo, tanto da salutarlo con la nostalgia di chi da bambina

---

<sup>58</sup>SALVATI Mariuccia, *L'inutile salotto. L'abitazione piccolo-borghese nell'Italia fascista*, Bollati Boringhieri, Torino, 1993, p. 28.

<sup>59</sup>*Ibidem*.

<sup>60</sup>*Ibidem*, pp. 40-41.

<sup>61</sup>*Ibidem*, pp. 45-46.

ne aveva assaporato tutte le sfaccettature: «Anche il salotto napoletano quindi è diventato un “Soggiorno” moderno, [è] l’emblema della coppia moderna, dove dovrebbero incontrarsi i due partner, gli sposi, discutere dei lavori reciproci e delle reciproche “storie”, [la funzione] dell’antico Salotto, era quella di estendersi a tutta la casa, quella del Soggiorno è di essere invaso dal resto della casa, spesso vi sono infatti l’angolo pranzo e l’angolo bar; e in alcuni [...] il blocco cucina [...] Dietro l’antico Salotto c’erano segrete stanze che custodivano folli, stravaganti, geni malati. Il soggiorno moderno non tollera misteri, incomunicabilità, resistenze alla cattura»<sup>62</sup>. Continua poi evocandone il ruolo rappresentativo: «Il Salotto napoletano era un luogo di Rappresentazioni e di Rappresentanza [vi si svolgeva] un tableau vivant: a rappresentare che la famiglia, in quanto a decoro, era sempre all’altezza della posizione occupata. Lo sforzo estenuante di rimanere il più a lungo possibile immobili era premiato dal riconoscimento, dalla considerazione, dal discreto applauso degli astanti; e era la metafora dell’immobilismo e della mancanza di iniziativa della rendita meridionale»<sup>63</sup>. E finisce narrandone il trapasso: «Oggi quindi i più ricchi fra gli antichi Salotti e moderni Living sono stati blindati; mentre molti di quelli prestigiosi, impoveriti i signori, vengono fotografati e ripresi dalla TV e dai fotografi alla moda, trasformandosi così in Musei [...] La blindatura e la conservazione e valorizzazione dei beni culturali segnano la morte del Salotto napoletano. Chi blinda infatti non pecca più di accidia e non è più aperto alla speranza; ostenta le proprie ricchezze, seppure sub specie di cassaforte, e non rappresenta quindi più con fasto e decoro il tableau vivant di un più grandioso passato [...] Il Museo d’altra parte è la definitiva consegna della vita alla Storia [...] Il vero Salotto di ogni napoletano, quello dove recita il suo dramma umano e rappresenta la sua lacera superiorità, è la strada»<sup>64</sup>.

<sup>62</sup>Ramondino, *Star di casa*, cit., pp. 74-75.

<sup>63</sup>*Ibidem*, pp. 77-79.

<sup>64</sup>*Ibidem*, pp. 82-83.

Il salotto però non scompare ovunque. Diventa invece elemento fondamentale in dinamiche di ascesa sociale o di fenomeni migratori all'interno della classe media di recente formazione. Per alcuni si trasforma anzi nel simbolo di quell'ordine borghese di "una stanza per ogni funzione" tanto osteggiato dagli architetti modernisti<sup>65</sup>. Per i ceti medi affermati, al contrario, il salotto buono andava messo da parte in quanto dimostrazione di uno *status* ormai non più irraggiungibile<sup>66</sup>. La conquista del salotto inoltre, per i nuovi ceti medi impiegatizi, simboleggia il riscatto sociale e segna l'accesso al rassicurante anonimato della classe media<sup>67</sup>.

La cristalliera era la regina della "sala" vecchia maniera. Con i suoi vetri ben lucidati «essa custodiva, e al contempo esponeva agli sguardi, oggetti utilizzati solo di rado e in speciali occasioni rituali: quelle in cui la famiglia si mostrava in società. [Essa conteneva] qualcosa di strettamente legato all'identità sociale, pubblica, della famiglia»<sup>68</sup>.

La sala resta sempre la sala dell'esposizione, quella che la famiglia utilizza per la pubblica rappresentazione di sé. Era la stanza in cui si andava a vedere la televisione e alle sue pareti «oggi come allora, ci sono carta da parati e oggetti raccolti nel tempo»<sup>69</sup>.

Le riviste non dedicano molto spazio al salotto. Ma dove se ne parla si fa riferimento con nostalgia a quei «tempi andati via, senza di noi, senza che potessimo gustarne la serenità e lo splendore. Ci rimangono di quei tempi i favolosi racconti e gli adorati cimeli: felice chi può avere gli uni e gli altri, per il cuore e per la casa»<sup>70</sup>. Solo negli anni Cinquanta si parla ancora del "salotto buono" come locale di rappresentanza: «Un salotto importante non potrà né dovrà ac-

---

<sup>65</sup> Asquer, *Domesticità italiane*, cit., p. 106.

<sup>66</sup> *Ibidem*, p. 109.

<sup>67</sup> Casciato, *L'abitazione e gli spazi domestici*, cit., p. 576.

<sup>68</sup> Asquer, *Storia intima dei ceti medi*, cit., pp. 42-43.

<sup>69</sup> *Ibidem*, p. 45.

<sup>70</sup> *Mettiamo su casa insieme: il salotto buono*, "Eva", n. 47, 1957, p. 42.

cogliere cose banali, di gusto discutibile o mediocri, ma mobili originali, quadri di grandi autori, tappeti preziosi: il tutto armonicamente assortito, disposto in un'architettura pulita, saggiamente distribuita e applicata»<sup>71</sup>. Anche i vecchi ninnoli non vengono tralasciati perché «gli oggetti inutili sono...indispensabili» ad esempio, «il calamaio – anche se non serve più – occorre sempre sullo scrittoio»<sup>72</sup>. Le poche tracce che si trovano riguardo al salotto svaniscono definitivamente con gli anni Sessanta. Evidentemente, nella visione moderna delle riviste, questa stanza non aveva più motivo di esistere. Verrà sostituita dal moderno soggiorno ricalcato sul *living* anglosassone, che assumerà di volta in volta diverse configurazioni a seconda delle esigenze e dello spazio a disposizione.

## 4.4 Il soggiorno

«Nella stanza da soggiorno – così prescriveva l'INA-casa – non avrebbe dovuto mancare l'angolo per i lavori domestici della donna, con il posto per la macchina da cucire: nella stessa camera, o in quella da letto dei figli, era necessario prevedere la collocazione di un tavolo per le ore di studio dei ragazzi [...] si doveva predisporre un ripostiglio o un armadio a muro presso l'ingresso, per riporvi gli arnesi da lavoro e di pulizia»<sup>73</sup>.

Secondo Barbagli e Kertzer il soggiorno del dopoguerra, rappresenta il mondo privato della famiglia moderna che sta emergendo<sup>74</sup>.

Anziché di sala o salotto si inizia infatti, negli anni Cinquanta e Sessanta, a parlare di “soggiorno” e “soggiorno-pranzo”, che prevede una maggiore vita familiare al suo interno e viene perciò arredato in modo pratico e funzionale. Teck e legni meno pregiati offrono un tocco più moderno rispetto all'utilizzo

---

<sup>71</sup> *Ibidem*.

<sup>72</sup> *Gli oggetti inutili sono...indispensabili*, “Grazia”, n. 610, 1952, p. 62.

<sup>73</sup> BERETTA ANGUISSOLA Luigi, *I 14 anni del Piano INA-Casa*, Staderini editore, Roma, 1963, p. 60. Riportato in Muntoni, *Cultura della casa nell'Italia del dopoguerra*, cit., p. 18.

<sup>74</sup> Barbagli - Kertzer, *Storia della famiglia in Europa*, cit., p. 79.



del legno massiccio, ed anche divani e poltrone cominciano ad essere rivestiti da tessuti pratici e lavabili, grazie anche all'invasione delle fibre sintetiche nelle case dell'epoca<sup>75</sup>.

In questo periodo di innovazioni, il tinello, quel piccolo locale adiacente la cucina destinato al consumo dei cibi da parte dei soli componenti del nucleo familiare, diventa inutile come il salotto, ed entrambi, a volte fondendosi, lasciano il posto al soggiorno, una stanza in cui si possono svolgere molteplici attività. Sono molte le definizioni che di questa nuova stanza si trovano all'interno delle riviste: «Il “soggiorno”, come ormai si dice correntemente, è il locale principe della casa borghese dei nostri giorni [...] È il locale che ha riunito il salotto usuale e il “salotto buono” delle nostre nonne, lo studio e la saletta da gioco di una volta e, spesso, anche la sala da pranzo»<sup>76</sup>.

«Questo ambiente così importante potrebbe anche essere chiamato sala-famiglia, ma forse piace di più l'espressione ormai in uso “soggiorno” perché alla moda e sa quasi di festa, di sole, di gusto giovane»<sup>77</sup>.

«Stanza da pranzo, salotto, studio, in più l'angolo lettura e quello musica, dischi e radio: ecco cos'è il “soggiorno”, una camera dove per tutti i componenti della famiglia è comodo e gradevole viverci, dove la distribuzione dei mobili consente di isolarsi e di trovare quello che si vuole quando si vuole e dove si vuole»<sup>78</sup>.

«Il soggiorno è, in ogni appartamento, il locale più “vissuto”»<sup>79</sup>, ma il soggiorno è anche la «stanza della distensione»<sup>80</sup>.

«Il soggiorno è l'ambiente principale della casa, la stanza in cui si passa la maggior parte del tempo, dove si riunisce tutta la famiglia, dove si ricevono gli

---

<sup>75</sup> Asquer, *Storia intima dei ceti medi*, cit., p. 52.

<sup>76</sup> *Soggiorno centro della casa*, “Grazia”, n. 684, 1954, p. 36.

<sup>77</sup> *Mettiamo su casa insieme*, “Eva”, n. 8, 1964, p. 80.

<sup>78</sup> *Una stanza che ne vale tre*, “Annabella”, n. 42, 1956, p. 36.

<sup>79</sup> *Il centro della casa*, “Gioia!”, n. 19, 1966, p. 101.

<sup>80</sup> *La stanza della distensione*, “Annabella”, n. 9, 1959, p. 48.

amici»<sup>81</sup>.

In questi anni, nei soggiorni, anche misure e inclinazioni di divani e poltrone si modificano. Una nuova idea di arredamento ergonomico e rilassante prende il posto dei vecchi mobili inutilizzati e coperti dal cellophane, merito questo anche dei nuovi materiali per le imbottiture come il poliuretano espanso. Si assiste così a «una graduale liberazione dei corpi dagli imperativi della compostezza»<sup>82</sup>.

Il soggiorno diviso in due o più zone si afferma sempre di più. La stanza cuore della casa partecipa a quella modifica della cucina che la rende sempre più interagente con il resto dell'abitazione e la zona-giorno si fonde in un tutt'uno multifunzionale. Un grande locale unico, magari separato da pareti mobili, che prevede svariati utilizzi: dalla preparazione e dal consumo dei cibi alla conversazione, dall'intrattenimento individuale al ricevimento e all'interazione con gli ospiti.

Si propongono spesso tavoli allungabili per la sala da pranzo in quell'ottica della multifunzionalità della zona giorno, che si deve trasformare all'occorrenza da sala da pranzo, a soggiorno, a zona relax, ma che prevede anche il ricevimento degli ospiti.

Si insiste molto sulla semplicità che deve caratterizzare l'arredamento del soggiorno, quella stanza che è ormai il cuore della casa. Bastano pochi mobili, l'importante è che ci sia l'impronta dell'abitante anche perché «due mobili identici situati in due arredamenti diversi non danno mai la stessa impressione». Ciò che è importante è l'armonia di tutto l'insieme, la nuova stanza deve essere «spoglia da ogni sovraccarico convenzionale e ricca di "toni"»<sup>83</sup>.

Un esempio dell'impreparazione degli italiani a certe innovazioni però, nell'ambito dell'arredamento, ce lo dà un articolo di una rivista del 1953. Presentando le nuovissime poltrone dal *design* scandinavo e in legno curvato a vapore,

---

<sup>81</sup> *Il soggiorno*, "Annabella", n. 49, 1966, p. 100.

<sup>82</sup> Asquer, *Storia intima dei ceti medi*, cit., p. 53.

<sup>83</sup> *Nel soggiorno ideale: pochi mobili molta semplicità*, "Gioia!", n. 7, 1954, p. 30.

che assumono forme particolari a causa della ricerca di una perfetta ergonomia, *Annabella* ne parla infatti come «brutte a vedersi, forse, ma estremamente comode»<sup>84</sup>. I tempi, però, stanno cambiando. Nel giro di alcuni anni si passerà così dall'offrire consigli su come ricoprire una vecchia poltrona al fine di dargli nuova vita<sup>85</sup>, fino a proporre modelli di *chaise-longue* disegnati da Le Corbusier<sup>86</sup>.

Nel 1954 *Grazia* ci parla di poltrone e divani spesso ritenuti oggetti di lusso e quindi non indispensabili nell'arredamento. La rivista invece li difende, presentandoli come elementi che, se comodi e razionali, possono rendere più piacevoli i momenti di riposo<sup>87</sup>. Anche *Amica* sostiene l'idea di «un divano per ogni casa», un elemento che grazie agli studi più recenti fatti dai *designers* italiani in termini di ergonomia e materiali, e per merito della produzione in serie, ora diventa un prodotto accessibile a tutti<sup>88</sup>. E poi «in casa un buon divano è quasi indispensabile [...] perché completa l'angolo conversazione e poi perché può servire come letto supplementare»<sup>89</sup>.

Fra le pagine delle riviste sono sempre presenti grandi pezzi che hanno fatto la storia del *design*, oggetti dei migliori *designers* italiani (e non solo) dell'epoca, che ancora oggi sono tra i più apprezzati. Anche se questi elementi d'arredo non entreranno mai nella maggior parte delle case italiane, restando prodotti di nicchia e di élites, bisogna tenere conto del fatto che all'epoca, grazie alle innovazioni delle tecniche industriali, risultano essere relativamente non troppo costosi. Quello che manca non è allora, nelle famiglie borghesi e altoborghesi, la disponibilità economica, quanto piuttosto la cultura di un arredamento moderno e in particolare la comprensione del nuovo ruolo che il disegno industriale

<sup>84</sup> *Brutte ma comode*, "Annabella", n. 6, 1953, p. 19.

<sup>85</sup> *8 idee per vestire una poltrona*, "Gioia!", n. 9, 1954, p. 36.

<sup>86</sup> *La poltrona dalla linea insolita*, "Annabella", n. 15, 1966, p. 116.

<sup>87</sup> *Poltrone+divani=comodità in casa*, "Grazia", n. 677, 1954, p. 28.

<sup>88</sup> *Un divano in ogni casa*, "Amica", n. 26, 1962, p. 64.

<sup>89</sup> *In casa un buon divano è quasi indispensabile*, "Grazia", n. 776, 1956, p. 44.

comincia ad assumere in quel periodo.

Anche in questo caso però le riviste analizzate ci sorprendono per atteggiamenti abbastanza avanzati. Nelle rubriche dedicate all'arredamento delle riviste femminili si parla anche di *open space*. Si mostrano appartamenti di recente costruzione, progettati dagli architetti più in voga del momento, dove il soggiorno è la stanza fondamentale della casa, quella che occupa una buona fetta della superficie totale e che può anche caratterizzarsi per la presenza di più zone di destinazione, come ad esempio la zona pranzo, la zona camino e la zona conversazione. Spesso è presente il tema delle porte scorrevoli per suddividere le varie zone del soggiorno.

Infatti la polifunzionalità del nuovo locale porta a parlare di «un soggiorno che vale per tre»<sup>90</sup>. Ma possiamo anche trovare “4 ambienti in un soggiorno”: conversazione, zona-pranzo, angolo del bar e studio in un unico grande locale<sup>91</sup>.

Anche se l'arrivo in Italia di IKEA è ancora lontano, iniziano a comparire anche i primi mobili “da montare”, che possono essere contenuti in scatole di piccole dimensioni<sup>92</sup>.

## 4.5 Il bagno

«Il cesso, alla turca, era sempre esterno alla casa; un piccolo stanzino alto e stretto, appoggiato al corpo della casa o isolato a qualche metro da essa nella terra [...] Una delle sue pareti era aperta e priva di porta, solo protetta da una stuoia, raramente da una tenda [...] Sopra alla tazza di coccio o su una delle pareti laterali si apriva un finestrino a occhio di bue, privo di vetro [...] Mai il disgusto e l'orrore accompagnavano le nostre deiezioni, le quali, oltre tutto, andavano a finire nel pozzo nero ed erano assai utili per i campi [...] Essendo

---

<sup>90</sup> *Un soggiorno che vale per tre*, “Annabella”, n. 23, 1961, p. 66.

<sup>91</sup> *4 ambienti in un soggiorno*, “Annabella”, n. 12, 1963, p. 72.

<sup>92</sup> *Mobili in scatola*, “Annabella”, n. 37, 1966, pp. 66-68.

così aerato, il cesso non puzzava, a causa forse anche della nostra alimentazione, composta essenzialmente di cereali, di legumi, di verdure e di frutta»<sup>93</sup>.

Nel dopoguerra la stanza da bagno subisce grandissime trasformazioni, sia dal punto di vista architettonico che dal punto di vista culturale. Se fino ad allora infatti la maggior parte dei gabinetti si trovava all'esterno dell'abitazione, spesso in cortile, in comune con diverse famiglie, con il *boom* edilizio degli anni Cinquanta e Sessanta, questi cominciano ad essere integrati nelle nuove case. La nuova stanza da bagno comincerà da allora ad essere una prerogativa centrale nella costruzione delle nuove abitazioni. I nuovi dettami in materia di igiene vengono accolti da architetti e urbanisti per passare dal modello rurale (ma non solo) del bagno esterno, privo di fognature, a quello urbano che prevedeva una nuova stanza destinata all'igiene personale. Ovviamente il passaggio dall'uno all'altro non è immediatamente compreso da tutti, come si vede nell'esempio che segue.

Gli alloggi Ina-casa potevano misurare dai 30 ai 90 mq ma non erano previste deroghe per le vasche da bagno. Per ovviare alle ridotte dimensioni della stanza da bagno vengono brevettate vasche di piccole dimensioni, dove ci si può stare seduti. Un costruttore racconta in proposito: «Mentre continuavamo a installarle, controllavamo il funzionamento di quelle montate nelle case popolari già abitate. Riempite di terra erano diventate orticelli per il prezzemolo; ricoperte da una rete servivano ad allevare i polli»<sup>94</sup>.

Anche le riviste femminili di quegli anni, consapevoli dell'importanza dell'educazione all'utilizzo di un ambiente igienico e salubre, vi contribuiscono mostrando una certa attenzione per le stanze da bagno. «Oggi la stanza da bagno è uno degli ambienti della casa cui si prodigano cure più attente che in passato. Si cerca di rendere il bagno più gradevole e gli si dedicano le medesime attenzioni

---

<sup>93</sup>Ramondino, *Star di casa*, cit., pp. 99-100.

<sup>94</sup>Venè, *Vola Colomba*, cit., p. 99.

che si hanno per tutti gli altri locali dell'appartamento»<sup>95</sup>. Mentre non tutti possedevano ancora una toilette moderna però, le riviste prendono in esame per le stanze da bagno arredi relativamente di lusso, disegnati da architetti del calibro di Zanuso, Cini Boeri e Caccia Dominioni.

In ogni caso si nota un certo interesse nel dare indicazioni per contribuire a rinnovare la stanza da bagno. Infatti «questo locale, insieme con la cucina, pur non essendo nella parte rappresentativa della casa, ha una grande importanza. Il desiderio di avere un bel bagno è sempre più sentito». Si parla spesso dunque di piastrellare la stanza fino al soffitto. Si consiglia di creare un antibagno quando lo spazio fosse troppo vasto<sup>96</sup>. Anche se verrebbe da chiedersi se l'abbondanza di spazio fosse una situazione molto diffusa. In realtà sembra invece che il problema dello spazio sia costante tra le preoccupazioni che le lettrici manifestano ai giornali. Il tentativo da parte della redazione sembra essere piuttosto quello di minimizzare questo problema, cercando di offrire soluzioni anche per chi ha una stanza da bagno di dimensioni ridotte, senza però far smettere di sognare le lettrici. Ad esempio *Gioia!* nel 1960 cerca di incoraggiare le donne di casa italiane con toni di questo tipo: «Non dire guardando queste pagine: “non sono per me; il mio bagno sembra quello di una bambola”. No. Queste foto sono destinate proprio a te che hai un bagno di metri 1,10 x 2,95»<sup>97</sup>.

L'idea di cambiare volto alla toilette è un *leit motiv* delle rubriche che si occupano della stanza da bagno. Ci si spinge ad esempio molto ad utilizzare il colore. *Annabella* propone addirittura 5 tipologie di bagno che in base ai colori utilizzati si possono adattare “alla signora”, “alla ragazzina” o al “padrone di casa”<sup>98</sup>. «Al “tutto bianco” si sono decisamente sostituite le tinte calde delle piastrelle e degli asciugamani disseminati sulle pareti»<sup>99</sup>. «Se siete fortunate

---

<sup>95</sup> *Il bagno*, “Amica”, n. 16, 1962, pp. 64-67.

<sup>96</sup> *Ibidem*.

<sup>97</sup> *Il bagno colorato*, “Gioia!”, n. 9, 1960, p. 48.

<sup>98</sup> *Con il colore rendete nuovo il vostro bagno*, “Annabella”, n. 40, 1962, pp. 66-67.

<sup>99</sup> *Colori e idee per la stanza da bagno*, “Eva”, n. 34, 1965, pp. 58-59.

da avere un bagno modernamente lucente fatelo brillare ancora di più in technicolor ma portate soprattutto una luminosa nota di calore nel bagno vecchio e un poco squallido». Si parla di caloriferi collegati all'appoggia-asciugamani, si consigliano tappetini di spugna o di plastica. Ma soprattutto il monito è: «Non rinunciate alla doccia», sia collegando un lungo tubo flessibile che utilizzando una doccia indipendente dove ci si possa così «abbandonare al piacere della doccia più violenta senza timori d'allagamenti»<sup>100</sup>.

Ancora una volta nelle riviste troviamo dunque una posizione di gran lunga in anticipo sui tempi. Le stanze da bagno proposte nelle rubriche dedicate somigliano a un modello di stanza molto più recente, che solo negli ultimi decenni forse ha preso piede nella nostra società e nella nostra cultura abitativa. Il bagno comincia ad essere pensato come stanza del relax, stanza non più di rapido utilizzo quindi, destinata esclusivamente all'igiene personale, ma una stanza dove si decide di spendere del tempo per la cura della propria persona, per concedersi momenti di stacco dall'ambiente esterno. Un bagno che ritorna ad essere ancestrale luogo di purificazione rituale, spazio di confine tra il dentro e il fuori, il luogo dove l'individuo, lasciata la società torna a riconoscersi come persona attraverso l'eliminazione delle tracce del mondo esterno. Un momento di preparazione e ricarica però che sfocia inevitabilmente verso un ripresentarsi a quel mondo appena abbandonato. L'abitante ritorna così individuo purificato che rientra in società con un nuovo ruolo.

Anche se le riviste analizzate presentano una cultura della stanza da bagno ancora di là da venire, è comunque in questi anni che la toilette comincia a non essere più quel locale squallido e spoglio, di cui spesso ci si vergogna. Diventa un locale che la donna di casa, con l'aiuto di esperti e attraverso il proprio gusto personale, inizia ad arredare e ad abbellire come le altre stanze della casa. Il nuovo bagno si arricchisce attraverso l'inserimento di nuovi elementi, di colore

---

<sup>100</sup> *L'accento sugli accessori colorati*, "Annabella", n. 5, 1956, p. 29.

e di fantasia. Igiene, innovazione e tecnologia entrano di prepotenza anche in questa parte della casa che tradizionalmente restava in secondo piano, sia per importanza che per sviluppo. Diventa un locale più luminoso e arioso dove anche l'illuminazione artificiale trova una sua destinazione *ad hoc*. Le vasche da bagno diventano sempre più ergonomiche e predisposte al relax e non solo alla semplice igiene personale. Per una rapida pulizia si comincia ad affermare la doccia. Integrata nella vasca nelle case più umili e affiancata ma indipendente in quelle più ricche. Il bagno dunque si arreda proprio come le altre stanze, nuovi accessori lo completano insieme a piastrelle, doppi lavabo e apposite carte da parati. Si trasforma in un altro locale da mostrare e magari di cui vantarsi nei confronti degli ospiti. Un locale di pari grado rispetto agli altri considerati un tempo più “nobili” e che spesso, proprio come le altre stanze dell’abitazione, dimostra la ricchezza, l’appartenenza sociale e il gusto dei propri abitanti.

## 4.6 Le camere da letto

Secondo Barbagli e Kertzer, negli anni Cinquanta e Sessanta, le classi medie cercano di offrire ai propri figli delle stanze individuali così da sviluppare in modo autonomo una identità caratteriale e di genere<sup>101</sup>.

In effetti nelle riviste prese in esame il tema della camera dei ragazzi è quello preponderante all’interno degli articoli che si occupano delle stanze da letto.

Innanzitutto la camera da letto «deve ispirare desiderio di tranquillità e distensione»<sup>102</sup>. Inoltre il bambino «ha bisogno in casa di un angolo tutto suo e tanto meglio se potrete dedicargli una cameretta indipendente e personale»<sup>103</sup>.

---

<sup>101</sup>Barbagli - Kertzer, *Storia della famiglia in Europa*, cit., p. 82.

<sup>102</sup>*La camera da letto deve ispirare desiderio di tranquillità e distensione*, “Eva”, n. 14, 1962, p. 90.

<sup>103</sup>*Una stanza tutta per loro*, “Annabella”, n. 9, 1958, p. 48.



Questa può essere anche piccola ma deve essere «sempre allegra, colorata, facile da abitare senza soggezione [perché] comprenderà sonno, compiti e giochi»<sup>104</sup>.

Si consiglia poi, dato che non sempre è possibile cambiare casa quando i bambini crescono di età o di numero, di prevedere, già in partenza, una disposizione razionale con mobili pratici, componibili, che permettano diverse sistemazioni di uno stesso locale secondo il variare delle esigenze e delle necessità.

Si parla di cambiare la camera da letto dei bambini quando diventano più grandi. Il *design* presentato, spesso, è ancora una volta di alto livello. Vengono illustrate camerette progettate da Caccia Dominioni piuttosto che da Tobia Scarpa<sup>105</sup>, anche se si consiglia comunque di “copiare” le idee proposte trovandone anche di più economiche, oppure si offrono indicazioni per la costruzione dei mobili fai-da-te.

Importante è anche lasciare il giusto spazio ad ogni ragazzo: «Se in una camera vivono due o più ragazzi, bisogna creare ad ognuno di essi degli angoli privati ed intimi, tali che ognuno si senta, sia a letto che al tavolo di studio, isolato ed indipendente»<sup>106</sup>.

Si fa poi attenzione alla qualità dei luoghi destinati allo studio: «Bisogna che pensiate alle esigenze dei vostri ragazzi con il desiderio di accontentarle adeguandosi ai loro gusti di giovani moderni [...] Dire che il loro successo negli studi potrebbe dipendere anche da questo, è dir poco: spesso il fatto che essi possano lavorare in un ambiente confortevole e di loro gusto è determinante»<sup>107</sup>. «Per le ragazze o i ragazzi che frequentano la scuola media, il liceo oppure l'università, è indispensabile poter disporre di un ambiente tranquillo in cui raccogliersi per studiare». Per fare ciò è necessario convertire la loro stanza da letto in un'accogliente camera-studio<sup>108</sup>.

---

<sup>104</sup> *Ibidem*.

<sup>105</sup> *I bambini diventano grandi*, “Amica”, n. 31, 1962, pp. 64-67.

<sup>106</sup> *Una bella stanza per ragazzi deve avere sei qualità*, “Annabella”, n. 11, 1962, pp. 58-59.

<sup>107</sup> *La stanza dello studente*, “Amica”, n. 45, 1963, p. 133.

<sup>108</sup> *La camera-studio*, “Eva”, n. 41, 1966, p. 74.

La camera dei ragazzi dovrebbe presentare un tipo di arredamento più versatile e multifunzionale in quanto «mentre per la camera matrimoniale l'uso durante il giorno è abbastanza limitato, la camera dei ragazzi si trasforma spesso in una vera e propria appendice del soggiorno»<sup>109</sup>.

È spesso presente il tema dei “letti d'emergenza”, dei divano-letto, tutte soluzioni per risparmiare spazio, che abbiamo già visto anche per gli altri ambienti della casa.

A partire dagli anni Sessanta si guarda già al minimalismo: «Per abitare piacevolmente una camera: pochi colori, pochi oggetti scelti e accostati con molto rigore»<sup>110</sup>.

Il colore nella casa «è un'esigenza fondamentale che oggi si è fatta sentire in misura ancora maggiore per la limitatezza degli ambienti, per lo stretto legame che vi è tra locale e locale nell'appartamento moderno, per la scarsa luminosità o la vista infelice di gran parte delle finestre»<sup>111</sup>. Il tema del colore si fa sentire quindi anche nella camera da letto dove, andando a sostituire i mobili di noce, palissandro o mogano contribuiscono a creare un ambiente più vivace, elegante e raffinato.

In un articolo della rivista *Annabella* troviamo addirittura un assaggio di cromoterapia: «Il colore, che nella camera dei giovani deve essere sempre molto e variato, cambia secondo la psicologia di ogni ragazzo. Per ragazzi tranquilli si possono usare colori vivaci, rosso e giallo; per ragazzi nervosi le tinte più smorzate, il blu, il verde. Mai il viola che è deprimente»<sup>112</sup>.

Un certo spazio è dedicato al letto, allo stile e alla posizione che deve assumere all'interno della stanza dato che è «il luogo dove trascorriamo almeno un terzo del nostro tempo»<sup>113</sup>. A differenza dei mobili che devono essere il

<sup>109</sup> *La stanza dei ragazzi*, “Annabella”, n. 49, 1966, p. 120.

<sup>110</sup> *Il letto*, “Gioia!”, n. 43, 1966, p. 93.

<sup>111</sup> *Le nuove camere da letto*, “Amica”, n. 32, 1967, p. 62.

<sup>112</sup> *Una bella stanza per ragazzi deve avere sei qualità*, “Annabella”, n. 11, 1962, pp. 58-59.

<sup>113</sup> *Il letto deve respirare*, “Annabella”, n. 41, 1959, p. 48.

più possibile moderni il letto in ferro battuto torna di moda grazie alla sua capacità di resistere alle insidie del tempo essendo praticamente indistruttibile. Inoltre ha il grosso vantaggio di essere un pezzo a sé perciò «non esige di essere accompagnato da altri mobili rigidamente nel suo stile»<sup>114</sup>.

*Annabella* dice che acquistare camere da letto “complete” non è più di moda e consiglia alle lettrici di comporre per conto loro la stanza «usufruendo anche di qualche “pezzo” relegato in soffitta [che] ripristinato con cura, usando fantasia e buongusto, [offrirà] un insieme nuovo e veramente personale»<sup>115</sup>.

Se in certe rubriche degli anni Cinquanta si parla ancora di mobili “in stile” per la camera da letto, durante gli anni Sessanta comincia a muoversi una nuova idea di arredamento anche per la zona-notte. Così come «l’epoca del salottino verde o cinese, della sala spagnola, coloniale, azzurra o rosa, vittoriana (finta!), inglese (finta!), tirolese (finta!) è finita», anche l’era «della “matrimoniale” in stile veneziano, o “vecchia America” o di quella moderna “novecento”» ha lasciato il posto all’arredamento moderno, spesso prodotto in serie<sup>116</sup>. «Alla tradizionale soluzione di letto, armadio, cassettone, tavolini, toletta in un più o meno autentico stile, anche in questo ambiente, si va sostituendo un arredamento diverso, sempre più vario, rispondente alle precise esigenze di chi lo usa, più aderente alle singole personalità che non alla passiva accettazione di schemi superati»<sup>117</sup>. Anche nella stanza da letto si preferisce accostare pezzi singoli per comporre la camera. Si insiste sul fatto che utilizzare mobili in serie non significa ritrovare lo stesso mobilio in tutte le case. Secondo i curatori delle rubriche di arredamento infatti, è attraverso le molteplici possibilità di combinazione che fuoriescono il gusto e la personalità dell’abitante, realizzando così una stanza veramente caratterizzata.

---

<sup>114</sup> *Un letto originale*, “Amica”, n. 10, 1966, p. 114.

<sup>115</sup> *Il letto nella stanza matrimoniale*, “Annabella”, n. 10, 1960, p. 60.

<sup>116</sup> *La zona notte della casa*, “Amica”, n. 20, 1963, p. 62.

<sup>117</sup> *La camera da letto*, “Annabella”, n. 49, 1966, p. 112.



# Conclusione

Lo spazio dedicato alla zona-notte da parte delle rubriche di arredamento delle riviste consultate è molto più ridotto rispetto a quello offerto alla zona-giorno, e in particolar modo al soggiorno in tutte le sue sfaccettature, in quanto cuore della casa che cambia, in quegli anni.

Le grandi modifiche sociali e culturali della casa degli anni Cinquanta e Sessanta si svolgono infatti qui. È attorno al nuovo soggiorno che ruota tutta la casa e che si configura il nuovo modo di abitare e di vivere in famiglia. È questa la stanza chiave per comprendere i passaggi verso le nuove culture dell'abitare nella casa italiana.

L'impressione che si ha dall'osservazione delle riviste analizzate è tuttavia, ancora una volta, quella del loro essere molto in anticipo sui tempi. La casa che viene qui rappresentata ha probabilmente uno scopo pedagogico nei confronti dei ceti medi che si stanno sviluppando nel ventennio preso in esame. Attraverso le immagini presentate sulle pagine dei settimanali femminili, si vuole diffondere una nuova idea di casa rispetto alle concezioni tradizionali, ancora fortemente radicate nelle generazioni di allora.

Non a caso ci vorranno alcuni decenni prima che molte case italiane comincino ad assomigliare a quelle raffigurate nelle riviste di quei tempi; gli oggetti

moderni progettati dai grandi *designers* dell'epoca non riusciranno mai a raggiungere la diffusione sperata - e soprattutto a coprire il più ampio spettro sociale possibile - anche se nei decenni successivi cominceranno a farsi largo le imitazioni; le classiche cucine in legno massello saranno sostituite molto lentamente da quelle in materiali più moderni, più igienici e più facilmente lavabili, che vengono dalla produzione in serie.

Come abbiamo visto anche attraverso ogni singola stanza, le immagini proposte dai periodici analizzati dimostrano come questi precorrono decisamente i tempi, affermando la partecipazione delle rubriche di arredamento delle riviste femminili a quel progetto di rinnovamento della casa italiana che i più lungimiranti architetti e *designers* avevano pensato per la nuova società che usciva dal *boom*.

Colpisce come certe riviste, che ancora oggi sono in edicola anche se magari con un altro nome - riviste che possono essere dedicate ad un pubblico di livello culturale piuttosto basso - a quei tempi si impegnassero in tal modo a pubblicizzare prodotti e tipologie di case che difficilmente potevano essere accettati dal loro pubblico. Se queste riviste presentavano cinquanta-sessanta anni fa le opere dei più grandi architetti e *designers* del momento, oggi non è più così. Escludendo *Grazia*, che nel 2007 viene affiancata dalla nuova testata *Grazia Casa*, la quale si occupa specificamente di architettura e *design*, sarebbe difficile aspettarsi oggi di trovare sulle pagine di *Eva Tremila* (erede di *Eva* che ormai si dedica esclusivamente al gossip) un articolo dedicato ad una casa arredata da Renzo Piano, oppure di vedere pubblicato da *Gioia* un servizio biografico riguardo Calatrava, piuttosto che incontrare su *Amica* la presentazione dell'ultimo prodotto disegnato da Philippe Starck. Eppure in quegli anni queste riviste si occupano attivamente di far conoscere le novità prodotte dall'architettura e dal *design* più di quanto avrebbero mai fatto successivamente.

È evidente allora l'attività con cui queste riviste contribuiscono all'ondata di rinnovamento che in quegli anni coinvolge la casa in tutti i suoi aspetti. Dall'importanza igienica di vivere in ambienti salubri e luminosi, alla capacità culturale di apprezzare nuovi oggetti e nuovi elementi di arredo, nuovi materiali, nuove tecniche di produzione; all'essere in grado di cogliere modelli nuovi dell'abitare e proporli al proprio pubblico.

Gli interni domestici raffigurati nelle riviste corrispondono molto spesso, soprattutto a partire dagli anni Sessanta, a quelli che troviamo nei cataloghi delle grandi case di arredamento di quegli anni. Certo ci sarà stato un bel tornaconto economico alle redazioni che pubblicizzavano i mobili di Gavina, Cassina o De Padova, con tanto di prezzi dei prodotti e indirizzi dei punti vendita. Ma sarebbe semplicistico limitare il ruolo delle riviste in questa operazione a scopi meramente commerciali.

La scelta di pubblicizzare prodotti di un determinato settore (l'arredamento) e soprattutto prodotti moderni, fa entrare le riviste femminili di quegli anni a pieno titolo fra gli attori che hanno contribuito al tentativo di creare un moderno tipo di abitazione e una moderna cultura dell'abitare in Italia. Un tentativo di rivoluzione probabilmente mancato e forse non riuscito del tutto ancora oggi, ma un tentativo pregevole di portare quel paese che si stava sviluppando senza freni in quegli anni verso una cultura dell'abitare che poteva magari adattarsi a quella crescita, o meglio ancora a contribuire alla creazione di un modello di sviluppo migliore, più razionale, che potesse sfruttare al meglio le risorse che quel paese stava mettendo in gioco. Quello delle rubriche di arredamento presenti nelle riviste destinate principalmente alle donne, sarà dunque uno degli strumenti della manovra attuata da quegli innovatori che, negli anni Cinquanta e Sessanta, gettano il seme di una nuova cultura della casa in Italia. I periodici femminili rappresentano forse il canale più "popolare" attraverso cui trasmet-

tere queste idee. Saranno quegli architetti, urbanisti e *designers* a contribuire alla modernizzazione della cultura abitativa nel nostro paese. Saranno loro i sostenitori di quel processo, non immediatamente compreso da tutti, e forse non ancora completamente raggiunto, che cerca di portare la casa italiana ad acquisire quegli standard di qualità, igiene, sicurezza, ma soprattutto modernità, che le abitazioni di altri paesi del mondo occidentale già allora incarnavano.



# Fonti

## Riviste

- AMICA. Settimanale di moda e attualità del “Corriere della Sera”, *Annate 1962-1969*, collezione completa presso la Biblioteca Comunale di Milano, sede centrale di Palazzo Sormani (deposito esterno).
- ANNABELLA. Rivista di moda e attualità femminile, *Annate 1950-1967*, collezione completa presso la Biblioteca Nazionale Braidense.
- EVA. Settimanale femminile di attualità, *Annate 1950-1967*, collezione completa presso la Biblioteca Nazionale Braidense.
- GIOIA! Settimanale femminile di politica, attualità e cultura per le donne, *Annate 1952-1967*, collezione completa presso la Biblioteca Nazionale Braidense.
- GRAZIA. Un’amica al vostro fianco, *Annate 1950-1969*, collezione completa presso la Biblioteca Comunale di Milano, sede centrale di Palazzo Sormani (deposito esterno).

## Altri testi del periodo

- BERETTA ANGUISSOLA Luigi, *I 14 anni del Piano INA-Casa*, Staderini editore, Roma, 1963.
- BOCCA Giorgio, *La scoperta dell'Italia*, Laterza, Bari, 1963.
- CURTI E., *La cucina nella casa popolare*, "Edilizia popolare", n. 12, settembre 1956.
- Il Vagabondo, *Mobili massicci di una gente quadrata*, "Il Mobile", n. 5, 10 marzo 1962.
- Piano incremento occupazione operaia. Case per lavoratori, *2 suggerimenti, esempi e norme per la progettazione urbanistica*, Progetti tipo, Roma 1950.
- Piano per l'occupazione operaia, *INA-CASA, Suggerimenti ai progettisti*, Roma, 1949.
- PONTI Gio, *Politica dell'architettura*, "Domus", n. 235, 1949.
- PONTI Gio, *Tre opinioni*, "Edilizia popolare", n. 6, settembre 1955.
- TOFANELLI Arturo, *I rotocalchi*, "Stampa d'Oggi" (Collezione del Viesseux, V), Vallecchi Editore, Firenze, 1959.
- VIGORELLI Ezio, *La casa dell'uomo*, "Edilizia popolare", n. 1, novembre 1954.

# Bibliografia

- ALASIA Franco, MONTALDI Danilo, *Milano, Corea. Inchiesta sugli immigrati*, Donzelli, Roma, 2010.
- ALBERONI Francesco, *I consumi come processo di socializzazione anticipatoria*, in VITALE Sergio, *Consumi e società contemporanea*, Sansoni, Firenze, 1975.
- AGNESE Maria Luisa, *50 anni con la voce di “Amica”. Il femminile trasgressivo*, “Corriere della Sera”, 15 novembre 2012.
- ASQUER Enrica, *Domesticità italiane: discorsi, conflitti, memorie dagli anni del boom*, in SCARPELLINI Emanuela (a cura di), *I consumi della vita quotidiana*, pp. 77-112, Il Mulino, Bologna, 2013.
- ASQUER Enrica, *La rivoluzione candida. Storia sociale della lavatrice in Italia (1945-1970)*, Carocci, Roma, 2007.
- ASQUER Enrica, *La “Signora Candy” e la sua lavatrice. Storia di un’intesa perfetta nell’Italia degli anni Sessanta*, “Genesis”, V, n. 1, 2006, pp. 97-118.
- ASQUER Enrica, *Rompere senza far rumore. Famiglie dei ceti medi a cavallo del 1968 (Cagliari e Milano)*, in ASQUER Enrica, CASALINI

Maria, DI BIAGIO Anna, GINSBORG Paul, *Famiglie del Novecento*, pp. 211-238, Carocci, Roma, 2010.

- ASQUER Enrica, *Storia intima dei ceti medi. Una capitale e una periferia nell'Italia del miracolo economico*, Laterza, Roma-Bari, 2011.
- BACHELARD Gaston, *La poetica dello spazio*, Dedalo, Bari, 1984.
- BALDINI Massimo, *La casa degli italiani*, Il Mulino, Bologna, 2010.
- BARBAGLI Marzio, CASTIGLIONI Maria, DALLA ZUANNA Gianpiero, *Fare famiglia in Italia. Un secolo di cambiamenti*, Il Mulino, Bologna, 2003.
- BARBAGLI Marzio, KERTZER David I., *Storia della famiglia in Europa. Il Novecento*, Laterza, Roma-Bari, 2005.
- BAUDRILLARD Jean, *Il sistema degli oggetti*, Bompiani, Milano, 2007.
- BETTS Paul, CROWLEY David, *Introduction*, "Journal of Contemporary History", vol. 40, n. 2, Domestic dreamworlds: notions of home in post-1945 Europe (aprile 2005), pp. 213-236.
- BINI Elisabetta, *Donne e consumi nei suburbs americani degli anni cinquanta*, in BINI Elisabetta, CAPUSSOTTI Enrica, STEFANI Giulietta, VEZZOSI Elisabetta, *Genere, consumi, comportamenti negli anni cinquanta. Italia e Stati Uniti a confronto*, "Italia contemporanea", n. 224, 2001, pp. 389-411.
- BOCHICCHIO Gisella, DE LONGIS Rosanna, *La stampa periodica femminile in Italia. Repertorio 1861-2009*, Biblink, Roma, 2010.
- BRANZI Andrea, *Capire il design*, Giunti, Firenze, 2007.
- BUONANNO Milly, *La donna nella stampa*, Editori Riuniti, Roma, 1978.

- BUONANNO Milly, *Naturale come sei. Indagine sulla stampa femminile in Italia*, Guaraldi, Rimini-Firenze, 1975.
- CACIOPPO Maria, *Condizione di vita familiare negli anni cinquanta*, "Memoria", n.6, 1982, pp. 83-89.
- CANIGLIA RISPOLI Costanza, SIGNORELLI Amalia, *L'esperienza del piano Ina-Casa*, in DI BIAGI Paola (a cura di), *La grande ricostruzione. Il piano INA-Casa e l'Italia degli anni '50*, pp. 187-204, Donzelli, Roma, 2001.
- CARDINI Antonio, *Lo sviluppo della società dei consumi nell'Italia degli anni Sessanta*, in VARNI Angelo, PARISINI Roberto, *Consumi e trasformazioni urbane tra anni Sessanta e Ottanta*, pp. 11-27, Bononia University Press, Bologna, 2010.
- CARRARINI Rita, *La stampa di moda dall'Unità a oggi*, in BELFANTI Carlo Marco, GIUSBERTI Fabio (a cura di), *Annali della Storia d'Italia. Vol. XIX. La moda*, pp. 797-834, Einaudi, Torino, 2003.
- CARRARINI Rita, GIORDANO Michele, *Bibliografia dei periodici femminili lombardi (1786-1945)*, Editrice bibliografica, Milano, 1993.
- CASCIATO Maristella, *L'abitazione e gli spazi domestici*, in MELOGRANI Piero, *La famiglia italiana dall'Ottocento ad oggi*, Laterza, Roma-Bari, 1988.
- CASTRONOVO Valerio, *L'Italia del miracolo economico*, Laterza, Roma-Bari, 2010.
- CAVAZZA Stefano, SCARPELLINI Emanuela (a cura di), *Il secolo dei consumi. Dinamiche sociali nell'Europa del Novecento*, Carocci, Roma, 2006.

- CHIMENTI Cristina, *Le categorie di igiene e decoro nella casa degli anni Cinquanta. Continuità e rottura*, “Nuova dwf”, n. 19-20, 1982, pp. 27-38.
- CORIGLIANO Emma, *Tempo spazio identità. No place like home*, Franco Angeli, Milano, 1991.
- CRAINZ Guido, *Il paese mancato. Dal miracolo economico agli anni ottanta*, Donzelli, Roma, 2003.
- CRAINZ Guido, *Storia del miracolo italiano*, Donzelli, Roma, 2005.
- D’AMATO Gabriella, *Storia dell’arredamento. Dal 1750 a oggi*, Laterza, Roma-Bari, 1992.
- DE BERTI Raffaele, *Il nuovo periodico. Rotocalchi tra fotogiornalismo, cronaca e costume*, pp. 3-64, in DE BERTI Raffaele, PIAZZONI Irene (a cura di), *Forme e modelli del rotocalco italiano tra fascismo e guerra*, Cisalpino. Istituto Editoriale Universitario, Milano, 2009.
- DE FUSCO Renato, *Il Gusto come convenzione storica in arte, architettura e design*, Alinea, Firenze, 2010.
- DE FUSCO Renato, *Made in Italy. Storia del design italiano*, Laterza, Roma-Bari, 2007.
- DE FUSCO Renato, *Storia del design*, Laterza, Roma-Bari, 2002.
- DE GRAZIA Victoria, *L’impero irresistibile. La società dei consumi americana alla conquista del mondo*, Einaudi, Torino, 2006.
- DE LONGIS Rosanna, *La stampa periodica delle donne in Italia. Catalogo 1861-1985*, Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato, Roma, 1986.

- DE PIERI Filippo, BONOMO Bruno, CARAMELLINO Gaia, ZANFI Federico (a cura di), *Storie di case. Abitare l'Italia del boom*, Donzelli, Roma, 2013.
- DEI Fabio, *Oggetti domestici e stili familiari. Una ricerca sulla cultura materiale tra famiglie toscane di classe media*, “Etnografia e ricerca qualitativa”, n. 2, 2009, pp. 279-293.
- DI BIAGI Paola, *La «città pubblica» e l'Ina-Casa*, in DI BIAGI Paola (a cura di), *La grande ricostruzione. Il piano INA-Casa e l'Italia degli anni '50*, pp. 3-31, Donzelli, Roma, 2001.
- DOBROWOLNY BONNES Mirilia, *L'immagine della casa*, Giuffrè, Milano, 1970.
- DOUGLAS Mary, ISHERWOOD Baron, *Il mondo delle cose. Oggetti, valori, consumo*, Il Mulino, Bologna, 1984.
- EASTHOPE Hazel, *A place called home*, “Housing, Theory and Society”, vol. 31, n. 3, 2004, pp. 128-138.
- FARAVELLI GIACOBONE Tersilla, GUIDI Paola, PANSERA Anty, *Dalla casa elettrica alla casa elettronica*, Arcadia, Milano, 1989.
- FOOT John, *Dentro la città irregolare. Una rivisitazione delle coree milanesi, 1950-2000*, “Storia urbana”, n. 108, 2005, pp. 139-156.
- FORGACS David, GUNDLE Stephen, *Cultura di massa e società italiana 1936-1954*, il Mulino, Bologna, 2007.
- FRANCHINI Silvia, *Cultura nazionale e prodotti d'importazione: alle origini di un archetipo italiano di “stampa femminile”*, in FRANCHINI Silvia, SOLDANI Simonetta (a cura di), *Donne e giornalismo. Percorsi e presenze di una storia di genere*, pp. 75-109, Franco Angeli, Milano, 2004.

- FRANCHINI Silvia, *Stampa «femminile» e stampa di consumo: dalle definizioni ai problemi storiografici*, “Passato e presente”, a. XVIII, n. 51, 2000.
- FRIEDAN Betty, *La mistica della femminilità*, Castelvechi, Roma, 2012.
- GABRIELLI Patrizia, *Anni di novità e di grandi cose: il boom economico fra tradizione e cambiamento*, Il Mulino, Bologna, 2011.
- GASPARINI Alberto, *Abitazione*, in CATTARINUSSI Bernardo, DEMARCHI Franco, ELLENA Aldo (a cura di), *Nuovo dizionario di sociologia*, pp. 1-12, Edizioni Paoline, Cinisello Balsamo, 1987.
- GASPARINI Alberto, *Casa*, in CATTARINUSSI Bernardo, DEMARCHI Franco, ELLENA Aldo (a cura di), *Nuovo dizionario di sociologia*, pp. 327-336, Edizioni Paoline, Cinisello Balsamo, 1987.
- GASPARINI Alberto, *La casa ideale. Indagine sociologica sul problema dell’abitare umano*, Marsilio, Venezia-Padova, 1975.
- GASPARINI Alberto, *La sociologia degli spazi. Luoghi, città, società*, Carocci, Roma, 2000.
- GINSBORG Paul, *Storia d’Italia dal dopoguerra a oggi. Società e politica 1943-1988*, Einaudi, Torino, 1989.
- GRAMIGNA Giuliana, *Il design in Italia dell’arredamento domestico. 473 progettisti degli ultimi cinquant’anni*, Umberto Allemandi & C, Torino-Londra, 1999.
- GRAMIGNA Giuliana, *Repertorio del design italiano 1950-2000 per l’arredamento domestico*, Umberto Allemandi & C, Torino-Londra-Venezia-New York, 2003.



- GUNDLE Stephen, *L'americanizzazione del quotidiano. Televisione e consumismo nell'Italia degli anni Cinquanta*, "Quaderni storici", 62, a. XXI, n. 2, 1986, pp. 561-594.
- HOGAN Michael J., *Il piano Marshall: l'America fatta all'europea*, in ROMERO Federico, *Discussioni. Americanizzazione e modernizzazione nell'Europa postbellica*, "Passato e presente", n. 23, 1990, pp. 19-46.
- JOHNSTON Patricia, *Fotografia pubblicitaria*, in D'AUTILIA Gabriele, LENMAN Robin (a cura di), *Dizionario della fotografia*, vol. I, Einaudi, Torino, 2008.
- LANARO Silvio, *Storia dell'Italia repubblicana*, Marsilio, Venezia, 1992.
- LIGUORI Maria Chiara, *Donne e consumi nell'Italia degli anni cinquanta*, "Italia contemporanea", n. 205, 1996, pp. 665-689.
- LILLI Laura, *La stampa femminile*, in CASTRONOVO Valerio, TRANFAGLIA Nicola (a cura di), *La stampa italiana del neocapitalismo*, pp. 251-311, Laterza, Roma-Bari, 1976.
- MARC Olivier, *Psicanalisi della casa. L'architettura interiore dei luoghi domestici*, Red, Como, 1994.
- MARRONE Vincenzo, *L'abitare come relazione sociale: il significato della casa e i processi di coesione sociale di vicinato*, Tesi di dottorato, Università di Bologna, 2013.
- MENCARINI Letizia, TANTURRI Maria Letizia, *Una casa per diventare grandi. I giovani italiani, l'autonomia abitativa e il ruolo della famiglia d'origine*, "Polis", XX, 3, dicembre 2006, pp. 405-430.
- MINESTRONI Laura, *Casa dolce casa. Storia dello spazio domestico tra pubblicità e società*, Franco Angeli, Milano, 1996.

- MORATO Erica, *La stampa di moda dal Settecento all'Unità*, in BELFANTI Carlo Marco, GIUSBERTI Fabio (a cura di), *Annali della Storia d'Italia. Vol. XIX. La moda*, pp. 767-796, Einaudi, Torino, 2003.
- MUNARI Bruno, *Artista e designer*, Laterza, Roma-Bari, 2012.
- MUNTONI Alessandra, *Cultura della casa nell'Italia del dopoguerra*, "Nuova dwf", n. 19-20, 1982, pp. 7-26.
- NICOLOSO Paolo, *Genealogie del piano Fanfani. 1939-50*, in DI BIAGI Paola (a cura di), *La grande ricostruzione. Il piano INA-Casa e l'Italia degli anni '50*, pp. 33-61, Donzelli, Roma, 2001.
- NORBERG-SCHULZ Christian, *L'abitare. L'insediamento, lo spazio urbano, la casa*, Electa, 1984.
- PANSERA Anty, *Il design del mobile italiano dal 1946 ad oggi*, Laterza, Roma-Bari, 1990.
- PASOLINI Pier Paolo, *Una vita violenta*, Garzanti, Milano, 1975.
- PICCONE STELLA Simonetta, *Donne all'americana? Immagini convenzionali e realtà di fatto*, in D'ATTORRE Pier Paolo, *Nemici per la pelle. Sogno americano e mito sovietico nell'Italia contemporanea*, pp. 269-279, Franco Angeli, Milano, 1991.
- PITKIN Donald S., *La casa che Giacomo costruì*, Dedalo, Bari, 1992.
- POGGIO Teresio, *La casa in proprietà nella stratificazione sociale*, "Mediterranea", n. 62.
- RAIMONDI Giuseppe, *Abitare Italia. La cultura dell'arredamento in trent'anni di storia italiana*, Fabbri editori, Milano, 1988.
- RAMONDINO Fabrizia, *Star di casa*, Garzanti, Milano, 1991.

- ROCHAT Giorgio, SATERIALE Gaetano, SPANO Lidia (a cura di), *La casa in Italia 1945-1980*, Zanichelli, Bologna, 1980.
- ROMERO Federico, *Il «mito» americano tra modelli di crescita economica e strategie politiche*, in ROMERO Federico, *Discussioni. Americanizzazione e modernizzazione nell'Europa postbellica*, "Passato e presente", n. 23, 1990, pp. 19-46.
- SALVATI Mariuccia, *L'inutile salotto. L'abitazione piccolo-borghese nell'Italia fascista*, Bollati Boringhieri, Torino, 1993.
- SALVATICI Silvia, *Il rotocalco femminile: una presenza nuova negli anni del fascismo*, in FRANCHINI Silvia, SOLDANI Simonetta (a cura di), *Donne e giornalismo. Percorsi e presenze di una storia di genere*, pp. 110-126, Franco Angeli, Milano, 2004.
- SARACENO Chiara, *Interni (ed esterni) di famiglia*, in DE LUNA Giovanni, D'AUTILIA Gabriele, CRISCENTI Luca, *L'Italia del Novecento. Le fotografie e la storia*, pp. 3-88, Einaudi, Torino, 2006.
- SARACENO Chiara, *La famiglia: i paradossi della costruzione del privato*, in ARIÈS Philippe, DUBY Georges, *La vita privata. Il Novecento*, pp. 33-78, Laterza, Roma-Bari, 1988.
- SARTI Raffaella, *Vita di casa. Abitare, mangiare, vestire nell'Europa moderna*, Laterza, Roma-Bari, 2003.
- SASSATELLI Roberta, *Consumo, cultura e società*, Il Mulino, Bologna, 2004.
- SAUNDERS Peter, *A nation of home owners*, Unwin Hyman, London, 1990.

- SAUNDERS Peter, WILLIAMS Peter, *The constitution of the home: towards a research agenda*, "Housing Studies", vol. 3, issue 2, 1988, pp. 81-93.
- SCARPELLINI Emanuela, *Alimentazione e cucina: i consumi quotidiani del dopoguerra tra cultura e industrializzazione*, in SCARPELLINI Emanuela (a cura di), *I consumi della vita quotidiana*, pp. 11-47, Il Mulino, Bologna, 2013.
- SCARPELLINI Emanuela, *Comprare all'americana. Le origini della rivoluzione commerciale in Italia 1945-1971*, Il Mulino, Bologna, 2001.
- SCARPELLINI Emanuela, *L'Italia dei consumi. Dalla Belle époque al nuovo millennio*, Laterza, Roma-Bari, 2008.
- SCARPELLINI Emanuela, *Le reazioni alla diffusione dell'American way of life nell'Italia del miracolo economico*, in CRAVERI Piero, QUAGLIARIELLO Gaetano, *L'antiamericanismo in Italia e in Europa nel secondo dopoguerra*, Rubbettino, Soveria Mannelli, 2004.
- SCRIVANO Paolo, *Signs of Americanization in Italian Domestic Life: Italy's Postwar Conversion to Consumerism*, "Journal of Contemporary History", vol. 40, n. 2, Domestic dreamworlds: notions of home in post-1945 Europe (aprile 2005), pp. 317-340.
- SOFSKY Wolfgang, *In difesa del privato*, Einaudi, Torino, 2010.
- SORCINELLI Paolo, *Dalla «Via Gluck» al «Miracolo economico»: uno sguardo sull'Italia che cambia*, in CARDINI Antonio (a cura di), *Il miracolo economico italiano (1958-1963)*, pp. 175-205, Il Mulino, Bologna, 2006.

- SPARKE Penny, *Interni moderni. Spazi pubblici e privati dal 1850 a oggi*, Einaudi, Torino, 2011.
- TOSI Antonio, *Abitanti. Le nuove strategie dell'azione abitativa*, Il Mulino, Bologna, 1994.
- TOSI Antonio, *Abitazione*, in *Enciclopedia delle scienze sociali*, pp. 1-11, Istituto dell'Enciclopedia italiana, Roma, 1991.
- TOSI Antonio, *Ideologie della casa*, Franco Angeli, Milano, 1980.
- TRENTMANN Frank, *Beyond consumerism: New historical perspectives on consumption*, "Journal of Contemporary History", vol. 39, n. 3 (luglio 2004), pp. 373-401.
- TURNATURI Gabriella, *La donna fra il pubblico e il privato: la nascita della casalinga e della consumatrice*, "Nuova dwf", n. 12-13, 1979, pp. 8-29.
- TURNATURI Gabriella, *Signore e signori d'Italia. Una storia delle buone maniere*, Feltrinelli, Milano, 2011.
- VENÈ Gian Franco, *Vola Colomba. Vita quotidiana degli italiani negli anni del dopoguerra: 1945-1960*, Mondadori, Milano, 1990.
- VERCELLONI Matteo, *Breve storia del design italiano*, Carocci, Roma, 2008.
- VEZZOSI Elisabetta, *La mistica della femminilità: un modello americano per le donne italiane?*, in BINI Elisabetta, CAPUSSOTTI Enrica, STEFANI Giulietta, VEZZOSI Elisabetta, *Genere, consumi, comportamenti negli anni cinquanta. Italia e Stati Uniti a confronto*, "Italia contemporanea", n. 224, 2001, pp. 389-411.

- VITTA Maurizio, *Dell'abitare*, Einaudi, Torino, 2008.